

**PENGARUH KEBERHASILAN SERVICE RECOVERY TERHADAP
KEPUASAN NASABAH DI BANK SYARIAH MANDIRI CABANG
SEMARANG**

TUGAS AKHIR

**Diajukan untuk Memenuhi Tugas dan Melengkapi
Syarat
Guna Memperoleh Gelar Ahli Madya Perbankan
Syariah**



Disusun Oleh:

MUHAMMAD HAMAM NASIRUDIN
NIM 122503078

**PROGRAM STUDI (D3) PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
SEMARANG
2015**

Johan Arifin, S.Ag., MM.
Perum Bhakti Persada Indah Blok D/1
02/10 Purwoyoso Ngaliyan Semarang

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp : 4 eksemplar

Hal : Naskah Tugas Akhir

a.n sdr. M.Hamam Nasirudin

kepada Yth. Dekan Fakultas Ekonomi
dan Bisnis Islam

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Setelah kami meneliti dan mengadakan perbaikan sebelumnya, bersama ini kami kirimkan naskah tugas akhir saudara :

Nama : Muhammad Hamam Nasirudin

Nim : 122503078

Jurusan : D3 Perbankan Syariah

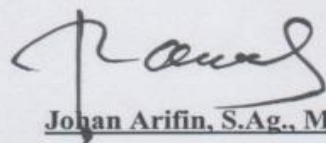
Judul : **Pengaruh Keberhasilan *Service Recovery* Terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Syariah Mandiri**

Dengan ini saya mohon kiranya tugas akhir tersebut dapat segera dapat di munaqosahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Semarang, 12 mei 2015

Pembimbing



Johan Arifin, S.Ag., MM.

NIP. 19710908 200112 1002



KEMENTERIAN AGAMA RI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
PROGRAM DIII PERBANKAN SYARIAH

Jl. Prof. Dr. Hamka Kampus III Ngaliyan, Telp/Fax. (024)7601291/ 7624691

PENGESAHAN

Tugas Akhir Saudara : Muhammad Hamam Nasirudin
NIM : 122503078
Judul : PENGARUH KEBERHASILAN SERVICE RECOVERY TERHADAP
KEPUASAN NASABAH DI BANK SYARIAH MANDIRI CABANG
SEMARANG

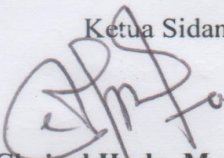
Telah diujikan oleh dewan penguji program D3 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang dan dinyatakan lulus dengan predikat istimewa/baik sekali/baik/cukup pada tanggal 26 mei 2015.

Dan dapat diterima sebagai syarat guna memperoleh gelar Ahli Madya tahun akademik 2014/2015.

Semarang, 26 mei 2015

Ketua Sidang,

Sekretaris Sidang,


Choirul Huda, M.Ag

NIP. NIP.19760109 200501 1 002


H. Johan Arifin, S.Ag., MM.

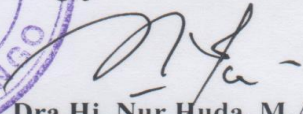
NIP. 19710908 200212 1 001

Penguji I

Penguji II


H. Khoirul Anwar, M.Ag

NIP. 19690420 199603 1 002


Dra Hj. Nur Huda, M.Ag

NIP.19690830 199403 2 003

Pembimbing


H. Johan Arifin, S.Ag., MM.
NIP. 19710908 200212 1 001

MOTTO

﴿٨﴾ وَمَنْ يَعْمَلْ مِثْقَالَ ذَرَّةٍ شَرًّا يَرَهُ ﴿٩﴾ فَمَنْ يَعْمَلْ مِثْقَالَ ذَرَّةٍ خَيْرًا يَرَهُ

Barang siapa yang mengerjakan kebaikan seberat dzarrahpun, niscaya Dia akan melihat (balasan)nya. Dan Barang siapa yang mengerjakan kejahatan sebesar dzarrahpun, niscaya Dia akan melihat (balasan)nya pula. (QS. Azzalzalah ayat 7-8)

PERSEMBAHAN

]Puji syukur bagi Allah SWT. Dengan penuh kerendahan hati, karya ini dipersembahkan untuk :

1. Bapak Ali Maksum dan Ibu Supiyah yang senantiasa selalu mendoakan, mengarahkan, merawat, mwndidik dan memberi semangat dalam menuntut ilmu serta memberi dorongan secara materiil dan spiritual.
2. Saudaraku M. Misbachul Huda dan Siti Aizzatul Aliyah serta keponakanku yang paling kusayang dedek Icung.
3. Terima kasih kepada Bapak Johan arifin yang telah ikhlas meluangkan waktu dan ilmunya untuk membimbing penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir.
4. Terima kasih kepada seluruh dosen D3 Perbankan Syariah yang telah memberikan ilmunya kepada penulis.
5. Terima kasih kepada Bapak Taufik Hidayat sekeluarga yang senantiasa memberi dukungan dan ilmunya.
6. Terima kasih kepada Bapak Agus Setiawan yang senantiasa memberikan banyak inspirasi kepada penulis.
7. Teman - temanku seperjuangan D3 Perbankan Syariah, terkhusus anak-anak PBSA

8. Terima kasih banyak buat dek Hikmah Nofianti yang senantiasa setia membantu, menemani dan memberikan dukungan kepada penulis.
9. Serta semua pihak yang memberikan dukungan dan bantuan yang tidak bisa disebutkan satu persatu, penulis ucapkan terima kasih sedalam dalamnya.

DEKLARASI

Dengan penuh kejujuran dan tanggung jawab, penulis menyatakan bahwa Tugas Akhir ini tidak berisi materi yang telah ditulis oleh orang lain atau diterbitkan. Demikian juga Tugas Akhir ini tidak berisi satupun pikiran – pikiran orang lain, kecuali informasi yang terdapat dalam referensi yang dijadikan bahan rujukan.

Semarang, 12 mei 2015

Deklarator,

M. Hamam Nasirudin
NIM 122503078

ABSTRAK

Dalam melayani nasabah, tentu seorang *costumer service* menemui berbagai kendala, dan sering juga menemui keluhan dari nasabah yang tidak puas dengan pelayanan yang sudah diberikan oleh pihak BSM. Untuk itu disinilah *service recovery* atau layanan pemulihan berperan. *Service recovery* sangat penting bagi sebuah bank, karena keinginan seorang nasabah bertransaksi lagi dengan menggunakan jasa bank tersebut ditentukan dari keberhasilan *costumer service* melakukan penanganan terhadap keluhan dari nasabah tersebut.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah adakah pengaruh keberhasilan *service recovery* di Bank Syariah Mandiri terhadap kepuasan nasabah. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji secara empiris bagaimana keberhasilan *service recovery* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah (studi kasus di BSM cabang Semarang).

Metodologi penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif, objek penelitian, pengumpulan data berdasarkan kuesioner dan interview. Sampel penelitian adalah 100 nasabah dan teknis analisis data melalui uji validitas, uji reliabilitas dan uji normalitas.

Hasil penelitian yang di olah menggunakan SPSS versi 14.00 menunjukkan bahwa *service recovery* telah dilakukan dengan baik. Kemudian di uji dengan statistik menunjukkan bahwa variabel independen terhadap variabel independen adalah signifikan dtunjukkan dengan lebih besarnya t_{hitung} dengan t_{tabel} ($11,777 > 1,9845$).

Besarnya pengaruh sebagaimana dinotasikan oleh $R Square (R^2)$ adalah 0,586 yang berarti variabel Y (kepuasan nasabah) dapat dijelaskan oleh variabel independen yaitu keberhasilan *service recovery* sebesar 58,6% . Sedangkan sisanya sebesar 41,4% dijelaskan oleh variabel lain diluar model yang dianalisis.

Kata kunci : *service recovery*, kepuasan nasabah

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT., seru sekalian alam, Yang Maha Pengasih dan Maha Penyayang. Karena dengan ridho dan petunjuk-Nya penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini. Sholawat dan salam semoga senantiasa tercurah kepada Rasulullah SAW beserta keluarga dan para sahabatnya serta para pengikutnya yang senantiasa setia hingga akhir zaman.

Tugas Akhir yang berjudul “ **Pengaruh *Service Recovery* Terhadap Kepuasan Nasabah Di Bank Syariah Mandiri cabang Semarang** “ disusun untuk memenuhi tugas dan sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar ahli madya (Amd) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN WALISONGO Semarang.

Dalam penulisan tugas akhir ini, penulis mendapatkan banyak sekali bimbingan, arahan, dan saran-saran dari berbagai pihak sehingga tugas akhir ini dapat terselesaikan. Untuk itu penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Muhibbin, MA. Selaku Rektor UIN Walisongo Semarang.
2. Bapak Dr. Imam Yahya, M.Ag selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang saya kagumi.
3. Bapak Johan Arifin, S.Ag., MM. ketua jurusan sekaligus dosen pembimbing dan wali studi yang selalu memberi arahan kepada penulis.
4. Para dosen pengajar yang selalu menginspirasi terkhusus pak agus setiawan, berkat motivasi dan inspirasinya penulis bisa membuat tugas akhir ini.
5. Bank Syariah Mandiri yang memberikan kesempatan bagi penulis untuk membuat tugas akhir ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan tugas akhir ini masih sangat jauh dari kesempurnaan. Untuk itu kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan dari pembaca untuk memperbaiki kekurangan penulis.

Semarang 13 mei 2015

Penulis

M. Hamam Nasirudin

NIM : 122503078

DAFTAR ISI

TUGAS AKHIR.....	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	i
PENGESAHAN	ii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN	v
DEKLARASI.....	vii
ABSTRAK	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	15
1.1. LATAR BELAKANG MASALAH.....	15
1.2. RUMUSAN MASALAH	18
1.3. TUJUAN PENELITIAN	19
1.4. MANFAAT PENELITIAN	19
1.5. SISTEMATIKA PENULISAN	20
BAB II LANDASAN TEORI	22
TINJAUAN PUSTAKA	22
2.1. Kerangka Teori.....	22
2.2. Penelitian Terdahulu.....	45
2.3. Hipotesis	46
BAB III METODE PENELITIAN.....	48

3.1.	Jenis Penelitian dan Sumber Data	48
3.2.	Populasi dan Sampel	49
3.3.	Metode Pengumpulan Data	50
3.4.	Variabel Penelitian Dan Pengukuran	52
3.5.	Teknik Analisis Data	53
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....		57
4.1.	SEJARAH	57
4.2.	Karakteristik Responden	72
4.3.	Deskriptif Variabel Penelitian	78
4.4.	Uji Validitas dan Reliabilitas	80
4.5.	Uji asumsi klasik	84
4.6.	Uji hipotesis.....	87
4.7.	Pembahasan	90
BAB V PENUTUP.....		93
5.1.	Kesimpulan.....	93
5.2.	Saran	93
DAFTAR PUSTAKA		95
LAMPIRAN.....		98

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Karakter Nasabah Bisnis dan Nonbisnis	14
Tabel 1.2 Tabel SOP	25
Tabel 3.1 Alternatif jawaban	53
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden	73
Tabel 4.2 Usia Responden	74
Tabel 4.3 Pekerjaan Responden	75
Tabel 4.4 Pendidikan Responden	76
Tabel 4.5 Penghasilan responden	77
Tabel 4.6 Variabel X	79
Tabel 4.7 Variabel Y	80
Tabel 4.8 Uji Validitas	82
Tabel 4.9 Uji Reliabilitas	83
Tabel 4.10 Uji Autokorelasi	86
Tabel 4.11 Uji R^2	87
Tabel 4.12 Hasil Uji R^2	88
Tabel 4.13 Uji t	89

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Percent of Costumer Loyalty	24
Gambar 4.1 Jenis Kelamin	74
Gambar 4.2 Usia	75
Gambar 4.3 Pekerjaan	76
Gambar 4.4 Pendidikan	77
Gambar 4.5 Penghasilan	78
Gambar 4.6 Grafik Histogram	84
Gambar 4.7 Grafik Normal Probabilty Plot	84
Gambar 4.8 Grafik Scatterplot	85

BAB I

PENGARUH KEBERHASILAN SERVICE RECOVERY TERHADAP KEPUASAN NASABAH DI BANK SYARIAH MANDIRI CABANG SEMARANG

1.1. LATAR BELAKANG MASALAH

Didalam dunia ekonomi yang semakin berkembang ini, berbagai macam proses transaksi dalam dunia usaha perlu dilakukan secara aman, cepat dan tepat. Karena alasan itulah jasa perbankan peranannya sangat vital dalam perekonomian saat ini. Semua urusan yang menyangkut keuangan dari menabung, membayar SPP, pembayaran gaji, jual beli mata uang asing dan lain lain. Bank posisinya adalah sebagai sentral perekonomian dimana banyak pihak yang membutuhkan jasa dari perbankan ini.

Bank adalah bergerak dibidang keuangan dan dibidang jasa pelayanan keuangan. Perusahaan yang bergerak dibidang jasa seperti bank lebih mengandalkan kualitas layanan yang terbaik dan prima dibandingkan produk yang ditawarkan dalam menjaring konsumen karena produk yang ditawarkan pada dasarnya memiliki kesamaan dengan milik pesaingnya. Sehingga dapat di artikan bahwapersaingan produk antarbank itu kurang signifikan dari segi produk dengan jenis

produk yang homogen, namun pentingnya layanan yang prima kepada nasabah memberikan efek positif yang berimplikasi positif dalam menjaring keuntungan.

Perbedaan produk tidaklah penting, yang terpenting adalah bagaimana hubungan kita dengan nasabah dalam memenuhi setiap kebutuhannya. Dengan kata lain fokusnya tidak di differensiasi produk tetapi lebih mengarah ke hubungan kemitraan dengan nasabah. Hal ini dikuatkan dengan survei tahunan yang dilakukan oleh Marketing Research Indonesia (MRI) yang menilai peringkat layanan bank terhadap nasabah dengan suatu standar tertentu yang dinilai jika itu terpenuhi dapat memberikan kepuasan pelanggan.

Menurut Fandi Tjiptono Jasa merupakan salah satu bentuk produk, jasa dapat didefinisikan sebagai “setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya bersifat *intangible* (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu”. Jasa harus dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan konsumen. Jasa yang diberikan oleh produsen kepada konsumen akan bermanfaat apabila jasa yang diberikan dapat sampai kepada konsumen untuk memenuhi kebutuhannya.

Beberapa produsen membangun sistem sendiri bagaimana cara agar jasa yang diberikan dapat tepat waktu dan sampai kepada konsumen dengan melakukan berbagai usaha untuk memperlancar

penyampaianya dengan meningkatkan kualitas atau mutu pelayanan melalui keandalan (*reliability*), cepat tanggap (*responsiveness*), kepastian(*assurance*), empati (*empaty*), berwujud (*tangibles*). Memahami perilaku konsumen merupakan tugas penting bagi pemasar. Dalam penciptaan produk, penentuan pasar sasaran, dan menentukan aktivitas promosi harus memperhatikan perilaku konsumen agar serangkaian strategi pemasaran yang dijalankan dapat tepat sasaran dan pengelolaan anggaran pemasaran dapat digunakan secara bijak.

Sebagai lembaga penyedia jasa keuangan tentu bank syariah mandiri sangat menyoroti tentang kinerja dari para frontlinernya apakah sudah sesuai dengan standar operasional atau belum. Terbukti dengan beberapa penghargaan yang telah diterima antara lain *corporate image award*, *service quality award*, dan *service excellence award* pada kategori best fronliner¹. Dari beberapa penghargaan itu dapat disimpulkan bahwa bank syariah mandiri adalah bank yang sangat mengedepankan aspek kepuasan dari nasabah dalam bertransaksi.

Dalam melayani nasabah, tentu seorang *costumer service* menemui berbagai kendala, dan sering juga menemui keluhan dari nasabah yang tidak puas dengan pelayanan yang sudah diberikan oleh pihak BSM. Untuk itu disinilah peran *service recovery* atau layanan pemulihan berfungsi. *Service recovery* sangat penting bagi sebuah

¹ <http://www.syariahamandiri.co.id/category/penghargaan/2014>, diakses 30 maret 2015

bank, karena keinginan seorang nasabah bertransaksi lagi dengan menggunakan jasa bank tersebut ditentukan dari keberhasilan *costumer service* melakukan penanganan terhadap keluhan dari nasabah tersebut.

Berbagai keluhan dari nasabah dikelola dan diselesaikan dengan baik sehingga nasabah tersebut merasa sangat di pentingkan oleh pihak bank. Dan keluhan itu nantinya bisa dijadikan bahan pengevaluasian untuk pihak bank. Karena rata-rata seorang pelanggan yang puas akan memberitahu tiga orang tentang pengalamannya dalam mendapatkan kepuasan dari sebuah produk dan layanan. Akan tetapi seorang pelanggan yang merasa tidak puas dengan sebuah produk maka akan menyampaikan pengalaman buruknya pada sekurangnya sebelas orang disekitarnya.

Pelayanan terhadap nasabah bukan hanya sekedar mengacu kepada kemampuan pelayanan yang bisa online 24 jam. Bank juga harus memiliki *costumer service* yang bisa menjaga agar nasabah tetap percaya dan tidak menutup rekeningnya. Yang terpenting mereka mampu menjelaskan dan meyakinkan kepada nasabah yang complain dengan berbagai variasi solusi yang bisa ditawarkan. Oleh karena itu, penulis memilih tema *Service recovery* sebagai materi tugas akhir.

1.2. RUMUSAN MASALAH

- A. Bagaimana standar *service recovery* di Bank Syariah Mandiri?
- B. Bagaimana penerapan *service recovery* pada Bank Syariah Mandiri?

1.3. TUJUAN PENELITIAN

1. Untuk memahami lebih jelas tentang *service recovery* yang ada di PT Bank Syariah Mandiri..
2. Untuk mengetahui seberapa besar tingkat ke efektifan *service recovery* di Bank Syariah Mandiri.

1.4. MANFAAT PENELITIAN

1.1.4 Bagi Mahasiswa

2. Memperoleh pengetahuan dan informasi mengenai pelayanan yang prima
3. Mengetahui proses operasional bank syariah khususnya proses negosiasi yang dilakukan oleh *costumer service*

3.1.4 Bagi Universitas

1. Sebagai tambahan informasi mengenai kualitas pelayanan dan kinerja yang ada di PT Bank Syariah Mandiri.
2. Sebagai tambahan guna penyempurnaan materi perkuliahan.
3. Dapat terjalin kerja sama yang baik antara Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang dengan PT Bank Syariah Mandiri.

3.1.5 Bagi Bank

1. Dapat dijadikan referensi untuk meninjau produk yang dijalankan.
2. Dapat mempererat silaturahmi dan kerjasama yang baik antara Mahasiswa, Universitas dan Bank Syariah Mandiri.

1.5. SISTEMATIKA PENULISAN

Untuk mempermudah penelitian ini akan disusun dalam lima bab dengan tahapan sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab ini akan diuraikan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini diuraikan landasan teori yang mendasari penelitian ini, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran teoritis dan hipotesis penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Dalam bab ini akan diuraikan mengenai variabel – variabel yang akan diteliti, definisi operasional, populasi dan penentuan sampel, metode pengumpulan data, dan teknik pengumpulan data.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini akan diuraikan mengenai gambaran umum atau deskripsi obyek penelitian, analisis data, serta hasil analisis data dan pembahasan.

BAB V : PENUTUP

Dalam bab ini akan diuraikan mengenai kesimpulan yang merupakan penyajian singkat dari keseluruhan hasil penelitian yang diperoleh dalam pembahasan juga mengenai keterbatasan serta saran yang diberikan kepada peneliti selanjutnya yang tertarik meneliti hal yang sama.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Kerangka Teori

2.1A Pemasaran

Marketing atau pemasaran merupakan salah bagian dari penjualan atau permintaan, marketing berperan penting bagi semua usaha, karena pemasaran memiliki kedudukan sebagai penghubung antara produsen dan konsumen atau masyarakat pemakai produk². Oleh karena itu perusahaan selalu membeikan perhatian yang maksimal terhadap hal ini agar tujuan perusahaan bisa tercapai dengan baik. Seperti dijelaskan dalam firman Allah surat Azzalzalalah ayat 7-8:

فَمَنْ يَعْمَلْ مِثْقَالَ ذَرَّةٍ خَيْرًا يَرَهُ ﴿٧﴾ وَمَنْ يَعْمَلْ مِثْقَالَ ذَرَّةٍ شَرًّا يَرَهُ ﴿٨﴾

Barangsiapa yang mengerjakan kebaikan seberat dzarrahpun, niscaya Dia akan melihat (balasan)nya. Dan Barangsiapa yang mengerjakan kejahatan sebesar dzarrahpun, niscaya Dia akan melihat (balasan)nya pula. QS. Azzalzalalah ayat 7-8

Dari ayat diatas telah dijelaskan bahwa kebaikan yang kita berikan walaupun sekecil apapun pasti Allah akan melihatnya. Oleh karena itu kita sebagai marketer harus berlaku baik dan jujur kepada konsumen karena Allah

²<http://Isma-ismi.com/pengertian-marketing.html> , diakses 10 April 2015

akan melihat segala kebaikan kita walaupun sekecil apapun. Dijelaskan juga dalam surat An-nisa ayat 29 :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ
تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.

Larangan membunuh diri sendiri mencakup juga larangan membunuh orang lain, sebab membunuh orang lain berarti membunuh diri sendiri, karena umat merupakan suatu kesatuan. Jadi sebagai pemasar kita harus berlaku baik karena perlakuan baik kita ke konsumen sama saja dengan perlakuan baik yang akan kita terima dari konsumen.

Selain itu pemasaran adalah suatu proses kegiatan menyeluruh dan terpadu yang terdapat didalamnya individu maupun kelompok untuk mendapatkan apa yang dibutuhkan dan diinginkan dengan cara membuat produk, menetapkan harga, mengkomunikasikan sebuah informasi atau mempromosikan dan menyalurkan melalui kegiatan pertukaran untuk memberikan kepuasan terhadap konsumen dan perusahaan. Pemasaran dapat bertindak sebagai pembeli maupun penjual.

Strategi pemasaran merupakan bagian internal dari strategi bisnis yang memberikan arah pada semua fungsi manajemen suatu organisasi bisnis.³

³ Ali hasan, *marketing bank syariah*, bogor : Ghalia Indonesia, 2010 h.119

Dengan adanya strategi pemasaran, maka implementasi program dalam mencapai tujuan organisasi dapat dilakukan secara aktif, sadar dan rasional tentang bagaimana suatu merek atau lini produk mencapai tujuannya dalam lingkungan bisnis yang semakin turbulen (kacau/bergejolak). Strategi pemasaran bagi setiap perusahaan dapat berfungsi sebagai berikut.⁴

1. Sebagai respon organisasi untuk menanggapi siklus dan menyesuaikan diri terhadap siklus bisnis.
2. Sebagai upaya pembeda dari pesaingnya dengan menggunakan kekuatan korporat untuk memenuhi kebutuhan pelanggan yang lebih baik dalam lingkungan tertentu.
3. Sebagai kunci keberhasilan dalam menghadapi perubahan lingkungan bisnis.
4. Sebagai pedoman dalam mengalokasikan sumber daya dan usaha organisasi.
5. Sebagai alat fundamental untuk mencapai tujuan perusahaan dengan mengembangkan keunggulan bersaing yang berkesinambungan dalam melayani pasar sasaran.

Strategi pemasaran yang efektif memerlukan basis pengetahuan tentang konsumen, untuk itu *marketer* perlu melakukan beberapa hal berikut⁵:

1. Mengoptimalkan riset pemasaran untuk mengetahui keinginan yang paling diinginkan oleh konsumen.

⁴ *Ibid.*

⁵ *Ibid.*

2. Mengoptimalkan riset mengenai manfaat dan harga produk yang diinginkan, gaya dan model yang menunjukkan *prestise* ketika produk diposisikan, respon konsumen terhadap bauran pemasaran dan analisis persepsi dan kepuasan pelanggan ketika pelanggan telah menggunakan produk.
3. Menyesuaikan pemasaran terhadap keinginan konsumen sesuai dengan perkembangan zaman.\

Setiap fungsi manajemen memberikan kontribusi tertentu pada saat penyusunan strategi pada level yang berbeda⁶. Perusahaan memiliki kendali yang terbatas terhadap lingkungan eksternal, sementara pemasaran memiliki kontak paling besar dengan lingkungan eksternal.

Oleh karena itu, pemasaran harus mampu mencapai kesesuaian perusahaan dengan lingkungannya (saat ini dan yang akan datang) dalam rangka memberi pertimbangan kepada manajemen tentang :

- a. Bisnis yang dijalankan saat ini dan jenis bisnis yang dapat dimasuki di masa mendatang.
- b. Cara menjalankan pemasaran yang sukses dalam lingkungan yang kompetitif berdasarkan keserasian nilai produk, harga, promosi, dan distribusi dalam melayani pasar sasaran.

Rencana strategi pemasaran merupakan dokumen pemecah masalah⁷. Kemampuan memecahkan masalah yaitu mengenali bahwa masalah yang besar biasanya merupakan kombinasi dari masalah yang kecil. Pendekatan

⁶ *Ibid* h.120

⁷ *Ibid* h.120

yang terbaik adalah pecahkan dahulu masalah yang lebih kecil, dengan itu bisa membagi masalah yang besar menjadi bagian-bagian yang dapat diatur. Pembuatan rencana pemasaran harus diatur lewat keputusan yang dapat meyakinkan setiap mitra internal untuk saling bekerja sama agar dapat mencapai target tersebut.

Rencana strategi pemasaran yang baik dapat mencegah dari reaksi yang tidak tanggap terhadap suatu masalah dan bahkan membantu mengantisipasi masalah⁸. Bisnis yang berorientasi nasabah, penyusunan rencana strategi pemasarannya harus mempertimbangkan aspek-aspek yang berkaitan dengan pasar. Segmentasi pasar merupakan dasar untuk memastikan bahwa setiap pasar itu terdiri dari beberapa segmen dan respons yang berbeda-beda. Setiap segmen terdapat para pembeli, pengguna yang mempunyai :

- a. Peluang dan kebutuhan yang berbeda
- b. Pola pembelian yang berbeda
- c. Tanggapan yang berbeda terhadap berbagai macam penawaran.

Fakta inilah yang menunjukkan bahwa tidak satupun perusahaan yang dapat mencapai pasar dengan memuaskan semua pembeli. Oleh karena itu, sebelum perusahaan menempatkan dirinya pada segmen-segmen pasar tersebut, harus mempelajari secara lebih rinci peluang yang ada. Agar seorang pemasar tidak memasarkan satu produk dengan satu cara kepada setiap orang, maka *marketer* harus dapat mengenali segmentasi pasar yang mampu produk tersebut secara optimal.

⁸ Sri kurniasih, - *Perencanaan Strategis*||, <http://sri-kurniasih.staf.gunadarma.ac.id/Downloads/files/3309/PERENCANAAN+STRATEGIS.doc>

Kemampuan mengelola tantangan dalam industri yang digeluti juga menjadi penghalang keberhasilan rencana bisnis.⁹ Kegagalan menentukan pelanggan sasaran akan menghadapi berbagai masalah seperti tidak mampu menghasilkan laba, penambahan uang demi kelangsungan hidup perusahaan, dan kehilangan pelanggan karena tidak mampu memberikan kepuasan secara optimal kepada pelanggan. Kriteria segmen pasar yang layak untuk dijadikan pertimbangan rancangan strategi pemasaran adalah sebagai berikut¹⁰ :

1. *Measurability*, akurasi tingkat informasi mengenai karakter atau sifat calon nasabah.
2. *Accessability*, akurasi tingkat efektifitas perusahaan dapat memusatkan usaha pemasaran dalam melayani segmen terpilih.
3. *Substantiality*, akurasi tingkat cakupan segmen yang luas, baik dari segi demografis, akses informasi maupun mobilitas ekonomi yang relatif tinggi.
4. *Profitability*, akurasi tingkat segmen bahwa memiliki *wallet share* yang menguntungkan.

Variable-variabel yang dapat digunakan dalam mengelompokkan pasar produk perbankan syariah adalah sebagai berikut¹¹:

- a. Ritel Produk

⁹The Jakarta Consulting Group, *-Mencegah Kegagalan Business Plan* ||. <http://www.jakartaconsulting.com/publication/articles/strategy/mencegah-kegagalan-business-plan>, diakses pada 20 april 2015

¹⁰Ali hasan, *marketing bank syariah*, bogor : Ghalia Indonesia, 2010 h.125

¹¹*Ibid* h.126

Nasabah retail perbankan terbagi menjadi dua kelompok yaitu nasabah bisnis dan non bisnis. Karakteristik masing-masing dapat digunakan dalam merancang penawaran produk bank, karakter itu seperti dalam table berikut.

Tabel 1.1

Karakteristik	Bisnis	nonbisnis
1 Alternative yang disukai	Saham	Tabungan
2 Segmen	Investor canggih	Hati-hati
3 Manfaat yang dicari	Laba terbaik	Jaminan keuangan masa depan
4 Keinginan	Ingin mengungkapkan pandangan finansial kepada orang lain	<ul style="list-style-type: none"> • Senang dengan hal-hal bersifat familiar • Tidak puas dengan keadaan sisa saldo
5 Sikap terhadap iklan	Suka dipengaruhi oleh iklan	Kurang terpengaruh oleh iklan
6 Daya tarik promosi	Logika ekonomis	Kombinasi daya tarik spiritual logika ekonomis dan emosional
7 Pola	Suka dengan	Mudah berpindah pada

pemakaian	produk berteknologi tinggi	produk bank lain
-----------	----------------------------------	------------------

b. Perilaku

Segmentasi pasar produk lembaga keuangan syariah di Indonesia yang telah terbentuk berdasarkan aspek perilaku yaitu respon sikap dan penggunaan produk bank syariah. Riset dari lembaga Karim Business Consulting melaporkan bahwa segmen pasar keuangan syariah terdiri atas : *sharia loyalist* atau *spiritual market*, *floating market* atau *emotional market*, dan *conventional market* atau *rational market*. Di antara ketiga segmen ini yang paling berpotensi adalah *emotional market*.

c. Psikografis

Mempelajari bagaimana karakteristik konsumen yang dapat menunjang mereka dalam merespons produk, kemasan, periklanan dan usaha hubungan publik.

d. Gaya hidup

Dengan mempelajari variable kebiasaan atau sikap, seperti penggunaan waktu, jasa dan produk, *marketer* dapat mengidentifikasi kombinasi faktor umum yang dapat memprediksi kebiasaan-kebiasaan di masa depan.

e. *Static Attribute Segmen* (Demografis – geografis)

Membagi pasar berdasarkan distribusi, identitas dan statistik populasi: jenis kelamin, umur, pendidikan, lokasi geografis, kepemilikan rumah (kontrak, pribadi dll), status pernikahan, jumlah keluarga, pendapatan individu dan keluarga, latarbelakang etnis, agama dan pekerjaan.

Segmentasi pasar yang jelas akan memudahkan *marketer*, setidaknya dalam dua hal berikut ¹²:

1. Penetrasi pasar – yang biasanya digunakan untuk menaikkan jumlah penjualan, caranya antara lain dengan menguatkan program komunikasi pemasaran melalui periklanan.
2. Pengembangan pasar – cara ini dapat dilakukan dengan mengenalkan produk ke pasar yang baru.
- 3.

2.1B Jasa

Menurut Fandi Tjiptono dalam bukunya yang berjudul manajemen jasa, pengertian jasa ialah merupakan salah satu bentuk produk, jasa dapat didefinisikan sebagai “setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya bersifat *intangible* (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu”¹³. Jasa harus dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan konsumen. Jasa yang diberikan oleh produsen kepada konsumen akan bermanfaat apabila jasa

¹² Ibid. h.127

¹³ Zahrotun Nikmah, “Pengaruh Tingkat Religiusitas Masyarakat Santri Desa Kajen Kec. Margoyoso, Kab. Pati Terhadap Minat Menabung Di Bprs Artha Mas Abadi”, skripsi sarjana ekonomi islam, Semarang, Perpustakaan IAIN walisongo, 2013, h.1, t.d

yang diberikan dapat sampai kepada konsumen untuk memenuhi kebutuhannya.

Beberapa produsen membangun sistem sendiri bagaimana cara agar jasa yang diberikan dapat tepat waktu dan sampai kepada konsumen dengan melakukan berbagai usaha untuk memperlancar penyampaian dengan meningkatkan kualitas atau mutu pelayanan melalui keandalan (*reliability*), cepat tanggap (*responsiveness*), kepastian (*assurance*), empati (*empaty*), berwujud (*tangibles*). Memahami perilaku konsumen merupakan tugas penting bagi pemasar.

Dalam penciptaan produk, penentuan pasar sasaran, dan menentukan aktivitas promosi harus memperhatikan perilaku konsumen agar serangkaian strategi pemasaran yang dijalankan dapat tepat sasaran dan pengelolaan anggaran pemasaran dapat digunakan secara bijak. Penelitian selanjutnya akan menyinggung perilaku konsumen yang dikaitkan dengan masalah spiritual. Perilaku konsumen dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, antara lain faktor kebudayaan, kelas sosial, keluarga, status, kelompok/komunitas, usia, daur hidup seseorang, pekerjaan, gaya hidup dan lain-lain. Faktor-faktor ini dapat memberikan petunjuk bagi pemasar untuk melayani pembeli secara efektif.

Menurut Phillip Kotler jasa dan kevin lane keller dikutip dari bukunya yang berjudul *marketing management* jasa adalah setiap tindakan atau unjuk kerja yang ditawarkan oleh salah satu pihak ke pihak lain yang

secara prinsip intangibel dan tidak menyebabkan perpindahan kepemilikan apapun. Produksinya terikat dan bisa juga tidak terikat pada produk fisik.¹⁴

Menurut Adrian Payne dikutip dari bukunya yang berjudul pemasaran jasa, jasa adalah aktivitas ekonomi yang mempunyai sejumlah elemen (nilai atau manfaat) intangibel yang berkaitan dengannya, yang melibatkan sejumlah interaksi dengan konsumen atau dengan barang-barang milik, tetapi tidak menghasilkan transfer kepemilikan¹⁵. Perubahan dalam kondisi bisa saja muncul dan produksi suatu jasa bisa memiliki atau bisa juga tidak mempunyai kaitan dengan produk fisik.

Christian Gronroos dalam bukunya yang berjudul *Service Management and Marketing : A Moment of Truth*, jasa adalah proses yang terdiri atas serangkaian aktivitas intangible yang biasanya terjadi pada interaksi antara pelanggan dan karyawan jasa dan atau sumber daya fisik atau barang dan atau sistem penyedia jasa, yang disediakan sebagai solusi atas masalah pelanggan.¹⁶ Interaksi antara penyedia jasa dan pelanggan kerap kali terjadi dalam jasa, sekalipun pihak-pihak yang terlibat mungkin tidak menyadarinya. Selain itu, dimungkinkan ada situasi di mana pelanggan sebagai individu tidak berinteraksi langsung dengan perusahaan jasa.

¹⁴Repository.widyatama.ac.id/xmlui/bitstream/handle/123456789/1472/bab2.pdf

¹⁵ Mia Eka Waty, “Kepuasan Bank-bank anggota Atm Bersama Atas Pelaksanaan Manajemen Komplain PT. Artajasa Pembayaran Elektronik”, Skripsi FISIP Ui, Depok, www.lontar.ui.ac.id/pdf, 2008, h.2

¹⁶ Id.m.wikipedia.org/wiki/jasa, di akses pada 14 April 2015

a. Karakteristik jasa

Seringkali dikatakan bahwa jasa memiliki keunikan yang membedakannya dari barang atau produk-produk manufaktur. Empat karakteristik yang paling sering dijumpai dalam jasa dan pembeda dari barang pada umumnya adalah¹⁷

1. Tidak berwujud

Jasa bersifat abstrak dan tidak berwujud, berarti jasa tidak dapat dilihat, dirasakan, dicicipi atau disentuh seperti yang dapat dirasakan dari suatu barang.

2. Heterogenitas

Jasa merupakan variabel non – standar dan sangat bervariasi. Artinya, karena jasa itu berupa suatu unjuk kerja, maka tidak ada hasil jasa yang sama walaupun dikerjakan oleh satu orang. Hal ini dikarenakan oleh interaksi manusia (karyawan dan konsumen) dengan segala perbedaan harapan dan persepsi yang menyertai interaksi tersebut.

3. Tidak dapat dipisahkan

Jasa umumnya dihasilkan dan dikonsumsi pada saat yang bersamaan, dengan partisipasi konsumen dalam proses tersebut. Berarti, konsumen harus berada di tempat jasa yang dimintanya, sehingga konsumen melihat dan bahkan ikut ambil bagian dalam proses produksi tersebut.

¹⁷ *Ibid.*

4. Tidak tahan lama

Jasa tidak mungkin disimpan dalam persediaan. Artinya, jasa tidak bisa disimpan, dijual kembali kepada orang lain, atau dikembalikan kepada produsen jasa dimana ia membeli jasa.

2.1C Pelayanan

“Layanan merupakan kegiatan/ keuntungan yang ditawarkan oleh organisasi atau perorangan kepada konsumen / *costumer* yang bersifat tidak berwujud dan tidak dapat dimiliki. Oleh Karena itu perlu upaya peningkatan pelayanan terhadap masyarakat. Pelayanan kepada masyarakat inilah yang disebut sebagai pelayanan publik atau pelayanan umum. Dalam memberikan pelayanan pemerintah harus memperhatikan keinginan masyarakat sebagai pelanggan atau *costumer*”¹⁸.

Konsep layanan juga dijelaskan didalam Al-Quran surat Al Isra ayat 53.

وَقُلْ لِعِبَادِي يَقُولُوا الَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ الشَّيْطَانَ يَنْزَغُ بَيْنَهُمْ إِنَّ الشَّيْطَانَ كَانَ لِلْإِنْسَانِ عَدُوًّا مُّبِينًا ﴿٥٣﴾ .

Dan Katakanlah kepada hamba-hamba-Ku: "Hendaklah mereka mengucapkan Perkataan yang lebih baik (benar). Sesungguhnya syaitan itu menimbulkan perselisihan di antara mereka. Sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagi manusia.

¹⁸ imam syaukani (ed.), *manajemen pelayanan haji di indonesia*, Jakarta : puslitbang kehidupan keagamaan, 2009 h.12

Dari ayat diatas dapat diambil kesimpulan bahwa dalam melayani kita dia anjurkan untuk berlaku baik sopan dan berkata baik walaupun konsumen ada yang kurang baik terhadap kita, karena sebagai *marketer* harus memberikan pelayanan sebaik dan se prima mungkin. Pelayanan prima adalah terjemahan dari *Excellent Service*, yang berarti pelayanan yang sangat baik atau pelayanan yang terbaik. Pelayanan dalam bahasa Inggris disebut *Service*. Beberapa pakar tentang pelayanan prima mengolah kata *service* yang lebih bermakna ¹⁹ . Catherine DeVrye (1997) mengolah kata *service* menjadi Tujuh Strategi Sederhana Menuju Sukses²⁰ :

1. *Self Esteem* (MemberiNilai pada Diri Sendiri)
2. *Exceed Expectations* (Melampaui Harapan Konsumen)
3. *Recover* (Merebut Kembali)
4. *Vision* (Visi)
5. *Improve* (Melakukan Peningkatan Perbaikan)
6. *Care* (Memberi Perhatian)
7. *Empower* (Pemberdayaan)

Untuk melaksanakan tugas sebagai frontliner tentunya didasari pada pelayanan yang mengacu pada kepuasan pelanggan *customer satisfaction* yang dilayani. Definisi Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (hasil) yang dirasakan dengan

¹⁹ <http://m.kompasiana.com/post/read/613591/3/definisi-pelayanan-prima-atau-servis-excellent.html>, diakses 14 April 2015

²⁰ <http://m.kompasiana.com/post/read/613591/3/tujuan-pelayanan-prima-atau-servis-excellent.html>, diakses 14 April 2015

harapannya, dengan diasumsikan bahwa kalau kinerja di bawah harapan, pelanggan akan merasa kecewa, kalau kinerja sesuai harapan, pelanggan akan merasa puas, dan kalau kinerja melebihi harapan, pelanggan akan sangat puas²¹.

Kepuasan pelanggan merupakan tujuan utama pelayanan prima. Setiap *frontliner* berkewajiban untuk berupaya memuaskan pelanggannya. Kepuasan pelanggan dapat dicapai apabila *frontliner* mengetahui siapa pelanggannya, baik pelanggan internal maupun pelanggan external. Pelayanan yang prima dapat diterapkan dengan cara pengembangan internal lewat pelatihan bagi karyawan dan pemberlakuan sistem *reward and punishment* kepada karyawan. Harapan pelanggan terhadap pelayanan prima adalah :

- Makin lama makin baik (*better*)
- Makin lama makin cepat (*faster*)
- Makin lama makin diperbaharui (*newer*)
- Makin lama makin murah (*cheaper*)
- Makin lama makin sederhana (*more simple*)

2.1D Keluhan atau *complain*

Keluhan atau *complain* adalah sebuah bentuk komunikasi, yang mana bentuk komunikasi ini bertujuan untuk mengungkapkan tentang

²¹ <http://kajianpustaka.com/2013/04/pengertian-faktor-pengukuran-kepuasan-konsumen.html?m=1>
diakses pada 14 april 2015

ketidakpuasan seseorang terhadap pihak lain. Keluhan sebenarnya sangat di perlukan demi perubahan ke arah yang positif. Keluhan merupakan sebuah komunikasi aktif yang bisa menjurus ke dalam sebuah interaksi. Maka sudah menjadi kewajiban kita sebagai orang di berikan kritik untuk mengelola kritikan tersebut sebagai mana mestinya. Sebagaimana ditegaskan didalam ayat berikut ini :

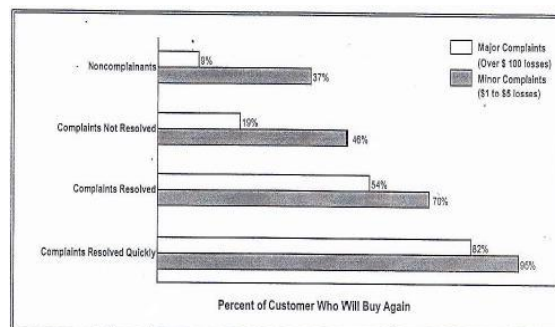
يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً
عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

"Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu." QS. An-Nisa ayat 29

Larangan membunuh diri sendiri mencakup juga larangan membunuh orang lain, sebab membunuh orang lain berarti membunuh diri sendiri, karena umat merupakan suatu kesatuan. Dari ayat di atas dapat disimpulkan bahwa perusahaan yang mengabaikan pelayanan kepada nasabah sama saja mereka bunuh diri karena dalam transaksi apapun pelanggan adalah raja.

Mayoritas pelanggan yang mengeluh atau *complain* kepada perusahaan adalah pelanggan yang sangat peduli dan ingin terjadi perubahan positif pada perusahaan tersebut. Seperti terlihat pada gambar berikut :

Gambar 1.1



Pada gambar diatas bisa dilihat bahwa nasabah yang loyal dengan bank akan memberikan complain kepada bank tersebut karena nasabah yang complain adalah nasabah yang peduli dan ingin bekerjasama lagi dengan bank tersebut. Menangani keluhan akan berhasil apabila ada keterlibatan manajer puncak dalam menangani keluhan pelanggan, karena :

- a. Memastikan bahwa produk berkualitas dan benar-benar berfungsi sebagaimana mestinya.
- b. Memastikan bahwa pelanggan tidak mengalami masalah dalam menggunakan beberapa jenis produk, layanan, pengiriman dan sebagainya

Disamping itu keterlibatan langsung manajer puncak dalam menangani keluhan akan berdampak positif bagi citra perusahaan, karena :

- a. Pelanggan lebih suka berurusan dengan orang yang memiliki pangkat atau jabatan untuk mengambil keputusan dan tindakan untuk memecahkan masalah mereka.

- b. Pelanggan akan merasa diperhatikan oleh perusahaan pada setiap keluhan yang di ajukan.

Kalau strategi penanganan keluhan itu efisien, maka strategi ini dapat merubah pelanggan yang tidak puas menjadi puas. Agar strategi menangani keluhan dapat berjalan efektif, perusahaan harus cepat mengidentifikasi masalahnya mengupayakan dengan sungguh-sungguh kemudian menangani keluhan tersebut dengan secepatnya dan semaksimal mungkin. Secara umum tips menangani keluhan berfokus pada *knowledge*, *skill*, dan *standart operating procedure* (SOP) yang kemudian diterapkan sebagai berikut.²²

Tabel 1.2

S	<i>Sorry</i> , jika menangani keluhan harus diawali dengan kata maaf, jangan coba untuk menyalahkan nasabah.
E	<i>Empathy</i> , nasabah yang <i>complain</i> cenderung kesal dan jengkel, cobalah untuk mengerti posisi dari sang nasabah
L	<i>Listening</i> , dengarkan dengan seksama, perhatikan ekspresi wajah dan gerak tubuh kemudian sesekali katakan iya pak/bu, atau oh, begitu ya pak/ bu.
U	<i>Understanding</i> , pahami tentang masalah sebenarnya. Nasabah marah tidak jauh dari tiga hal yaitu produk/servis, proses(<i>costumer need</i>) dan people(<i>emotional need</i>)
S	<i>Solution</i> , setelah semua permasalahan jelas maka waktunya menawarkan berbagai varian solusi. Kemudian <i>follow up</i> , jangan tunggu sampai nasabah marah untuk kedua kalinya.

²² Ali Hasan, *marketing bank syariah*, bogor : Ghalia Indonesia, 2010 h.118

2.1E Service Recovery

Service recovery adalah pemulihan layanan yang dilakukan oleh pihak produsen karena adanya keluhan dari konsumen. Didalam al Qur'an dijelaskan bahwa kita harus berlaku baik dan sopan dalam menghadapi kritikan dari seseorang, berikut dijelaskan dalam surat Ali Imran ayat 159 :

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ ﴿١٥٩﴾ إِنَّ يَنْصُرُكُمُ اللَّهُ فَلَا غَالِبَ لَكُمْ وَإِنْ يَخْذَلْكُمْ فَمَنْ ذَا الَّذِي يَنْصُرُكُمْ مِّنْ بَعْدِهِ ۗ وَعَلَى اللَّهِ فَلْيَتَوَكَّلِ الْمُؤْمِنُونَ ﴿١٦٠﴾

“Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. karena itu ma'afkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu. kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, Maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya”.

Dari ayat diatas bisa disimpulkan bahwa ketika kita berperilaku baik kepada nasabah maka Allah akan mempermudah jalan kita. Dan nasabah juga akan merasa dihargai serta berlaku baik terhadap kinerja kita dalam menangani kritikan.

Secara singkatnya *service recovery* adalah cara atau strategi dari seorang produsen dalam mengobati kekecewaan pelanggan terhadap pelayanan yang kurang maksimal ataupun kesalahan yang terjadi karena faktor manusia maupun faktor sistemnya. Hal ini dilakukan supaya

konsumen atau pelanggan bersedia bekerja sama dengan produsen lagi karena pelanggan akan merasa dihargai ketika keluhannya ditangani dan di respon dengan baik. Layanan pemulihan (*service recovery*) pada umumnya dapat di wujudkan dengan 3 cara pokok yaitu:²³

1. *Procedural justice*, mengacu pada kebijakan perusahaan, peraturan dan waktu dalam menangani keluhan nasabah.
2. *Interactional justice*, meliputi penjelasan, kejujuran, kesopanan, usaha dan empati. Pada intinya yaitu berhubungan dengan interaksi *costumer service* dengan nasabah.
3. *Distributive justice*, memfokuskan pada hasil dari penyelesaian *service recovery*, misalkan usaha apa saja yang dilakukan perusahaan untuk menangani keluhan nasabah.

Secara garis besar, aktivitas yang dapat dilakukan dalam rangka memulihkan layanan pelanggan dapat meliputi :

a. Respons

Pengakuan bahwa sudah terjadi kesalahan dalam operasional, permohonan maaf, empati, respon yang cepat, dan keterlibatan manajemen.

²³ Yan Putra Pratama, ” Analisis Persepsi Pelanggan Pada Pemulihan Layanan (*Service Recovery*) SBU Garuda Sentra Medika”, Skripsi FISIP UI, depok, lib.ui.ac.id/file#digital/20318025-s-yan%20pratama.pdf,h.16, diakses pada 28 oktober 2014

b. Informasi

Penjelasan atas kegagalan yang terjadi, mendengarkan pandangan pelanggan terhadap solusi yang diharapkan, dan menjamin bahwa masalah atau kesalahan yang sama tidak akan terulang lagi.

c. Tindakan

Menindak lanjuti dan mengoreksi kesalahan dengan cara mengambil langkah perbaikan seperti perubahan prosedur untuk mencegah terjadinya lagi kesalahan yang sama.

d. Kompensasi

Memberikan bebas biaya ataupun hadiah sebagai tanda permohonan maaf.

1. **Manfaat service recovery**

Dapat dipastikan kualitas jasa yang unggul dan konsisten dapat menumbuhkan kepuasan dan memberikan manfaat seperti berikut :

1. Hubungan perusahaan dan pelanggan menjadi harmonis. Salah satu penentu bank diminati oleh masyarakat adalah dari penanganan bank tersebut. Jadi cara penanggulangan yang tepat sangat berpengaruh kepada kepercayaan nasabah. Dan berimbas pula di hubungan antara nasabah dan perusahaan terkait.
2. Memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang. Jika nasabah merasa pelayanan pemulihan yang diberikan oleh perusahaan memuaskan maka salah satu bentuk keinginan ber-bank lagi dari

nasabah adalah dengan pembelian ulang produk tersebut, tambah saldo ataupun pembukaan rekening dengan produk lain.

3. Mendorong terciptanya loyalitas nasabah. Nasabah yang keluhannya dihadapi dengan baik dan memuaskan akan memilih untuk tetap bekerja sama lagi karena nasabah merasa sangat diperhitungkan keberadaanya.
4. Memberikan rekomendasi mulut ke mulut yang sangat menguntungkan perusahaan. Nasabah yang puas akan menceritakan dan merekomendasikan orang-orang sekitar atau terdekatnya supaya mendapatkan kepuasan juga dari pelayanan perusahaan terkait.
5. Reputasi perusahaan menjadi baik dimata pelanggan dan masyarakat. Nasabah yang puas akan memberitahukan bahwa bank dimana ia bekerja sama adalah bank yang bagus dan berkualitas.
6. Laba meningkat. Jika citra bank menjadi baik maka secara tidak langsung nasabah yang tertarik akan hadir dengan variasi kebutuhan yang beragam dan bank akan mendapatkan fee dari setiap transaksi tersebut.

Untuk membuat suatu *service recovery* yang *excellent* harus ada kombinasi yang nyata dalam berbagai strategi,²⁴ menurut Zeithaml, et al (2006) strateginya sebagai berikut

²⁴ *Ibid.* h.20

1. *Make the service fail safe – do it right first time*, segala sesuatu harus dilakukan secara baik dan benar dari awal. Jadi dengan dilakukannya hal tersebut maka tidak diperlukan *service recovery*.
2. *Encourage and track complaints*, komponen yang terpenting adalah menerima sebuah keluhan dengan terbuka dan lapang dada tanpa harus mengelak ataupun membantah.
3. *Act quickly*, bergerak cepat yaitu dengan cara menelpon pelanggan dengan segera dan berkomunikasi sendiri dengan pelanggan yang mengeluh.
4. *Provide adequate explanation*, ketidak berhasilan perusahaan memuaskan nasabah lebih lanjut dapat di kurangi dengan cara memberikan penjelasan yang memadai dan dapat diterima oleh nasabah.
5. *Treat costumers fairly*, memperlakukan secara sama dan adil ke semua pelanggan atau nasabah.
6. *Cultivate relationship with costumer*, antara pelanggan dan perusahaan yang memiliki hubungan kuat dapat melindungi perusahaan dari dampak negative kegagalan pelayanan.
7. *Learn from recovery experiences*, perusahaan harus mencari akar permasalahan dan menentukan solusi yang tepat terhadap setiap masalah sehingga perusahaan bisa belajar dari pengalaman tersebut.

8. *Learn from lost costumers*, meningkatkan strategi pelayanan dengan cara belajar dari kehilangan pelanggan yang disebabkan oleh pemutusan hubungan kemitraan.

2.2. Penelitian Terdahulu

Penelitian pertama oleh M. Mihadul Khoiri mahasiswa Universitas Negeri Surabaya dengan judul *“Pengaruh Atribut Service Recovery Terhadap Kepuasan Pelanggan McDonald’s Plaza Marina Surabaya”* penelitian ini menunjukkan bahwa Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa Adanya persepsi yang bagus dari pelanggan tentang perusahaan yang siap menerima keluhan dan siap menangani keluhan tersebut.

Penelitian kedua oleh Yan Putra Pratama (1006818186) dengan judul *“Analisis Persepsi Pelanggan Pada Pemulihan Layanan (Service Recovery) SBU Garuda Sentra Medika ”*, mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Indonesia penelitian menunjukkan bahwa persepsi pelanggan pada pemulihan layanan jasa terbentuk dari hasil pengamatan dan pengalaman sebelumnya dari masing-masing individu dan sebuah kegagalan jasa dan pemulihan layanan bisa menimbulkan persepsi yang tidak baik bagi pelanggan.

Penelitian ketiga oleh Herawati pada tahun 2007 dengan Judul *“Pengaruh Service Recovery Terhadap Loyalitas Pengguna Jasa Maskapai Penerbangan PT. Garuda Indonesia”* Hasil penelitian menunjukkan bahwa hasil melakukan tindak lanjut memiliki pengaruh yang signifikan terhadap siklus pembelian, di ikuti dengan pengambilan

tindakan segera, memperlihatkan rasa prihatin, permohonan maaf, ganti rugi merupakan dimensi yang tidak memiliki pengaruh yang kuat terhadap variabel siklus pembelian.

Penelitian lainnya oleh Dr. Chen Hsien Lin pada tahun 2007 diperoleh melalui jurnal yang berjudul “ *The Relationship Between Service Failure, Service Recovery Strategies and Behavioral Intention in Hotel Industry*” penelitian ini menjelaskan tentang hubungan antara variabel *sociodemographic* dari tamu hotel, persepsi atas kegagalan layanan dan strategi *Service Recovery* terhadap minat perilaku pada bisnis hotel di Orlando, Florida.

Sedangkan pada penelitian yang dilakukan oleh penulis yang berjudul “ *Pengaruh Service Recovery Terhadap Kepuasan Pengguna Kartu Kredit Bank Niaga*”. membahas lebih dalam mengenai *service recovery* layanan kartu kredit Bank Niaga terhadap kepuasan para nasabahnya. *Service recovery* dijadikan sebagai variabel bebas (*independent*) dan kepuasan nasabah sebagai variabel terikat (*dependent*). Teknik penarikan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non probability sampling*, sedangkan prosedur yang digunakan dalam penelitian adalah *purposive sampling* dan *snowball sampling*.

2.3. Hipotesis

Hipotesis merupakan proposisi yang diuji kebenarannya, atau merupakan jawaban sementara atas pertanyaan penelitian. Hipotesis dalam penelitian kuantitatif dapat berupa hipotesis satu variabel dan hipotesis dua

variabel atau lebih variabel yang dikenal dengan sebagai hipotesis kausal²⁵.

H0 : *Service recovery* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah di Bank Syariah Mandiri kantor Cabang Semarang

Ha : *Service recovery* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah di Bank Syariah Mandiri kantor Cabang Semarang.

²⁵ Bambang Prasetyo dan Lina Miftahul Jannah, *Metode Penelitian Kuantitatif : Teori dan Aplikasi*, PT Raja Grafindo Persada, Jakarta : 2012 h.76

BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian dan Sumber Data

Penulisan tugas akhir ini didasarkan oleh *Field Research*. *Field Research* yaitu terjun langsung ke lapangan guna mengadakan penelitian pada obyek, yang berkaitan dengan objek yang dibahas.²⁶

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumbernya, diamati dan dicatat untuk pertama kalinya. Dalam penelitian ini data primer berupa data-data yang diperoleh dari kuesioner-kuesioner yang disebarkan kepada responden untuk diisi guna mengetahui pengaruh *service recovery* terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syariah Mandiri kantor cabang Semarang.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang bukan diusahakan sendiri pengumpulannya oleh peneliti, misalnya dari biro statistik, majalah, keterangan-keterangan atau publikasi lainnya.²⁷ Dalam penelitian ini data sekunder berupa data yang diperoleh dari kantor Bank Syariah Mandiri yaitu data profil penelitian, jurnal atau data-data yang berkaitan dengan penelitian yang penulis lakukan.

²⁶ Abuddin Nata, *Metodologi Study Islam*, Jakarta : Raja Grafindo Persada, 2003, h. 125.

²⁷ Marzuki, *Metodologi Riset*, Jogjakarta : BPFE – UII, 2002, h. 56

3.2. **Populasi dan Sampel**

Populasi adalah keseluruhan subyek atau obyek yang menjadi sasaran penelitian. Dalam penelitian ini populasinya adalah nasabah Bank Syariah Mandiri cabang Semarang. Sampel adalah representan atau wakil dari satu populasi yang cukup besar jumlahnya, yaitu satu bagian dari keseluruhan yang dipilih, dan representatif sifatnya dari keseluruhannya.²⁸ Bila populasi besar, peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada dalam populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik pengambilan sampel *simple random sampling* (sampling random sederhana) yaitu teknik pengambilan sampel yang memberi peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Dalam penelitian ini pengambilan sampel menggunakan rumus slovin yaitu²⁹:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Dimana:

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

²⁷ Kartini Kartono, *Pengantar Metodologi Riset Sosial*, Bandung: Mandar Maju, 1990, h.129

²⁹ Rachmat Kriyantoro, *Teknik Praktis Riset komunikasi*, Jakarta : Kencana, 2010 h.164

e = % kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang dapat di tolerir, misalnya 2%, kemudian e ini di kuadratkan.

$$n = \frac{3334}{1 + 3334 \cdot 0,1^2}$$

$$n = 99,97$$

Untuk memudahkan peneliti dalam pengolahan data, maka peneliti membulatkan sampel 99, 97 menjadi 100 sampel.

3.3. Metode Pengumpulan Data

Yang dimaksud metode pengumpulan data adalah pencarian dan pengumpulan data yang dapat dipergunakan untuk membahas masalah atau problematika yang terdapat dalam tugas akhir ini. Untuk mendapatkan data yang akurat, penulis akan menempuh atau menggunakan beberapa metode pengumpulan data, yaitu sebagai berikut:

- a. Dokumentasi Yaitu metode yang dilakukan dengan cara mencari dan mempelajari data-data dari internal yang berkaitan dengan penelitian ini. Studi dokumen ini digunakan untuk memperoleh data dari kantor Bank Syariah Mandiri cabang Semarang.
- b. Wawancara (*Interview*) Yaitu metode pengumpulan data yang dilakukan dengan mewawancarai atau memberikan pertanyaan kepada responden yang berkaitan dengan penelitian ini. Dalam penelitian ini, *interview* yang digunakan adalah wawancara tidak

terstruktur. Wawancara tidak terstruktur adalah wawancara yang bebas dimana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang tidak tersusun secara sistematis untuk pengumpulan datanya, yang berisi pertanyaan yang berisi pertanyaan-pernyataan secara garis besar permasalahan yang akan diteliti.³⁰ Wawancara akan dilakukan dengan pihak yang terkait dengan penelitian ini, yaitu pihak *costumer service*

- c. Kuesioner yaitu daftar pertanyaan yang didistribusikan kepada responden yang merupakan tanggapan dan jawaban atas berbagai pertanyaan yang di ajukan dalam arti laporan tentang pribadinya atau hal-hal yang ia ketahui. Penelitian dalam instrumen penelitian ini bersifat terbuka dan tertutup. Pertanyaan terbuka adalah jika jawaban tidak ditentukan sebelumnya, sedangkan bersifat tertutup adalah jika alternatif-alternatif jawaban telah ditentukan.³¹

Dari kuesioner tersebut dapat diketahui tentang kepuasan nasabah. Adapun pertanyaan yang ditujukan kepada nasabah BSM yang berisi pertanyaan yang berisikan seputar pertanyaan-pertanyaan yang berhubungan dengan pendapat pelayanan di Bank Syariah Mandiri.

³⁰Sugiono, *Metode Penelitian Pendidikan*, Bandung: Alfabeta, 2010, h. 197

³¹Husein Umar, *Metode Penelitian Untuk skripsi dan Tesis Bisnis.*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2005, h.49.

3.4. Variabel Penelitian Dan Pengukuran

Variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya.

Macam-macam variabel dalam penelitian ini dapat dibedakan menjadi :

1. Variabel Independen : variabel ini sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel independen adalah *service recovery* (X).
2. Variabel Dependen : sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah kepuasan (Y). Dalam penelitian ini terdapat variabel moderating yaitu variabel yang mempengaruhi (memperkuat atau memperlemah) hubungan antara variabel independen dengan dependen.³²

Ada dua jenis pengukuran indeks yaitu skala likert dan perbedaan semantik. Karena jawaban telah disediakan peneliti maka kuesioner yang dipakai disini adalah model tertutup. Dan pengukurannya menggunakan skala likert, yaitu sebagai berikut.³³

³²Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*, Bandung : Alfabeta, 2008, h.38

³³ Bambang Prasetyo, Lina Miftahul Jannah, *Metode Penelitian Kuantitatif: Teori dan Aplikasi*, Jakarta, PT Raja Grafindo Persada, 2012, h.110

Tabel 3.1
Alternatif Jawaban

Symbol	Alternative jawaban	Nilai
Ss	Sangat setuju	5
S	Setuju	4
N	Netral	3
Ts	Tidak setuju	2
Sts	Sangat tidak setuju	1

3.5. Teknik Analisis Data

Analisis data yang digunakan untuk menjawab rumusan masalah yaitu Pengaruh *service recovery* terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syariah Mandiri cabang Semarang. metode kuantitatif dilakukan dengan alat bantu statistik yaitu menggunakan program SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*) versi 14.00

Jenis data yang digunakan adalah data primer. Pengumpulan data primer dilakukan melalui kuesioner pada responden yaitu nasabah Bank Syariah Mandiri cabang Semarang. Digunakan analisis regresi dengan alasan untuk mempengaruhi pengaruh antara variabel-variabel tersebut.³⁴ Analisis tersebut meliputi :

1. Uji Asumsi Klasik

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal, seperti diketahui bahwa uji t mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Kalau asumsi ini

³⁴Abdul Haman, *Metode Statistic*, Yogyakarta : Graha Ilmu, 2005, h. 79

dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil. Ada dua cara yang tepat untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik

2. Analisis Regresi

Analisis regresi pada dasarnya adalah studi mengenai ketergantungan variabel dependen (terikat) dengan tujuan untuk mengestimasi dan memprediksi rata-rata populasi atau nilai variabel dependen berdasarkan nilai variabel independen yang diketahui. Untuk regresi yang variabel terdiri atau dua atau lebih, regresinya disebut dengan regresi berganda, dan untuk regresi dengan satu variabel independen menggunakan regresi sederhana.

Rumus matematika yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + e$$

Dimana :

Y = Variabel dependen, yaitu kepuasan

α = Konstanta

β_1 = Koefisien regresi variabel 1

X_1 = *service recovery*

e = *Residual Error*

3. Uji Hipotesis

- a. Uji Parsial (*t test*)

Uji t digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Hipotesis yang dipakai adalah :

$H_0 : b_i = 0$, artinya variabel independen bukan merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen.

$H_a : b_i > 0$, artinya variabel independen tersebut merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen.³⁵

Kriteria pengujian dengan tingkat signifikansi (α) = 0,05 ditentukan sebagai berikut :

Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima

Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak

b. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel independen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

Dalam proses pengolahan data, penulis mempergunakan aplikasi komputer dengan program SPSS Versi 14.00 untuk

³⁵Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, Cetakan IV, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2005 ,h.128

mempermudah dan mempercepat pengolahan data. SPSS adalah suatu *software* yang berfungsi untuk menganalisis data, melakukan perhitungan statistik baik untuk statistik parametrik maupun non parametrik dengan basis *windows*.³⁶

³⁶Imam Ghozali, *Ibid* h. 15.

BAB IV

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

4.1. SEJARAH

4.1.A Sejarah dan Perkembangan Bank Syariah Mandiri Semarang

Kehadiran BSM sejak tahun 1999, sesungguhnya merupakan hikmah sekaligus berkah pasca krisis ekonomi dan moneter 1997-1998. Sebagaimana diketahui, krisis ekonomi dan moneter sejak Juli 1997, yang disusul dengan krisis multi-dimensi termasuk di panggung politik nasional, telah menimbulkan beragam dampak negatif yang sangat hebat terhadap seluruh kehidupan masyarakat, tidak terkecuali dunia usaha³⁷.

Dalam kondisi tersebut, industri perbankan nasional yang didominasi oleh bank-bank konvensional mengalami krisis luar biasa. Pemerintah akhirnya mengambil tindakan dengan merestrukturisasi dan merekapitalisasi sebagian bank-bank di Indonesia. Salah satu bank konvensional, PT Bank Susila Bakti (BSB) yang dimiliki oleh Yayasan Kesejahteraan Pegawai (YKP) PT Bank Dagang Negara dan PT Mahkota Prestasi juga terkena dampak krisis.

BSB berusaha keluar dari situasi tersebut dengan melakukan upaya *merger* dengan beberapa bank lain serta mengundang investor asing. Pada saat bersamaan, pemerintah melakukan penggabungan (*merger*) empat bank (Bank Dagang Negara, Bank Bumi Daya, Bank Exim, dan Bapindo) menjadi satu bank baru bernama PT Bank Mandiri (Persero) pada tanggal

³⁷ Website resmi Bank Syariah Mandiri./<http://www.syariahamandiri.co.id/home/info-perusahaan>

31 Juli 1999. Kebijakan penggabungan tersebut juga menempatkan dan menetapkan PT Bank Mandiri (Persero) Tbk. sebagai pemilik mayoritas baru BSB.

Sebagai tindak lanjut dari keputusan *merger*, Bank Mandiri melakukan konsolidasi serta membentuk Tim Pengembangan Perbankan Syariah. Pembentukan tim ini bertujuan untuk mengembangkan layanan perbankan syariah di kelompok perusahaan Bank Mandiri, sebagai respon atas diberlakukannya UU No. 10 tahun 1998, yang memberi peluang bank umum untuk melayani transaksi syariah (*dual banking system*).

Tim Pengembangan Perbankan Syariah memandang bahwa pemberlakuan UU tersebut merupakan momentum yang tepat untuk melakukan konversi PT Bank Susila Bakti dari bank konvensional menjadi bank syariah. Oleh karenanya, Tim Pengembangan Perbankan Syariah segera mempersiapkan sistem dan infrastrukturnya, sehingga kegiatan usaha BSB berubah dari bank konvensional menjadi bank yang beroperasi berdasarkan prinsip syariah dengan nama PT Bank Syariah Mandiri sebagaimana tercantum dalam Akta Notaris: Sutjipto, SH, No. 23 tanggal 8 September 1999.

Perubahan kegiatan usaha BSB menjadi bank umum syariah dikukuhkan oleh Gubernur Bank Indonesia melalui SK Gubernur BI No. 1/24/ KEP.BI/1999, 25 Oktober 1999. Selanjutnya, melalui Surat Keputusan Deputi Gubernur Senior Bank Indonesia No. 1/1/KEP.DGS/ 1999, BI menyetujui perubahan nama menjadi PT Bank Syariah Mandiri. Menyusul

pengukuhan dan pengakuan legal tersebut, PT Bank Syariah Mandiri secara resmi mulai beroperasi sejak Senin tanggal 25 Rajab 1420 H atau tanggal 1 November 1999.

PT Bank Syariah Mandiri hadir, tampil dan tumbuh sebagai bank yang mampu memadukan idealisme usaha dengan nilai-nilai rohani, yang melandasi kegiatan operasionalnya. Harmoni antara idealisme usaha dan nilai-nilai rohani inilah yang menjadi salah satu keunggulan Bank Syariah Mandiri dalam kiprahnya di perbankan Indonesia. BSM hadir untuk bersama membangaun Indonesia yang lebih baik.

4.1.B **Visi dan Misi BSM**³⁸

1. Visi BSM

Memimpin peradaban ekonomi yang mulia.

2. Misi BSM

- a. Mewujudkan pertumbuhan dan keuntungan yang berkesinambungan.
- b. Mengutamakan penghimpunan dana konsumen dan penyaluran pembiayaan pada segmen UMKM.
- c. Merekrut dan mengembangkan pegawai profesional lingkungan kerja yang sehat.
- d. Mengembangkan nilai-nilai syariah universal.
- e. Menyelenggarakan operasional bank sesuai standar perbankan yang sehat.

³⁸ Website resmi Bank Syariah Mandiri./<http://www.syariahamandiri.co.id/home/info-perusahaan>

4.1.C Budaya perusahaan

Bank Syariah Mandiri sebagai bank yang beroperasi atas dasar prinsip syariah Islam menetapkan budaya perusahaan yang mengacu kepada sikap *akhlaqul karimah* (budi pekerti mulia), yang terangkum dalam lima pilar yang disingkat SIFAT, yaitu:

- a. Siddiq (*integrasi*), menjaga martabat dengan integritas. Awali dengan niat dan hati tulus, berpikir jernih, bicara benar, sikap terpuji dan perilaku teladan.
- b. Istiqomah (*konsistensi*), konsisten adalah kunci menuju sukses. Pegang teguh komitmen, sikap optimis, pantang menyerah, kesabaran dan percaya diri.
- c. Fathanah (*profesionalisme*), profesional adalah gaya kerja kami. Semangat belajar berkelanjutan, cerdas, inovatif, terampil dan adil.
- d. Amanah (*tanggung jawab*), terpercaya karena penuh tanggung jawab. Menjadi terpercaya, cepat tanggap, obyektif, akurat dan disiplin.
- e. Tabligh (*kepemimpinan*), kepemimpinan berlandaskan kasih-sayang. Selalu transparan, membimbing, visioner, komunikatif dan memberdayakan.

Rumusan nilai-nilai Budaya SIFAT tersebut merupakan penyempurnaan oleh Tim Pengembangan Budaya SIFAT (TPBS). Bank Syariah mandiri juga mempunyai 5 Shared value yaitu:

- a. Excellence (*Imtiyaaẓ*) = perfection, ownership, prudence, competence.

- b. Teamwork (*Amal Jama'iy*) = trust, result, respect effective communication.
- c. Humanity (*Insaaniyyah*) = sincerity, universality, social responsibility
- d. Integrity (*Shidiq*) = honesty, discipline, responsibility
- e. Customer Focus (*Tafdhil al-'Umala*) = good governance, innovation, customer satisfying.

4.1.D Kepengurusan dan Struktur Organisasi BSM

Struktur Organisasi BSM Cabang Semarang:

Berikut ini adalah penjelasan secara singkat mengenai tugas setiap bagian pada Bank Syariah Mandiri adalah sebagai berikut:

1. Kepala Cabang
 - a. Mengkoordinasi dan menetapkan rencana kerja tahunan KCP, agar selaras dengan visi, misi dan strategi BSM.
 - b. Mengendalikan dan mengevaluasi pelaksanaan rencana kerja KCP, untuk memastikan tercapainya target KCP yang telah ditetapkan, secara tepat waktu.
 - c. Menetapkan kebutuhan dan strategi pengembangan SDI di KCP untuk memastikan jumlah dan kualifikasi SDI sesuai dengan strategi Bank.
 - d. Melakukan analisa SWOT terhadap kondisi KCP setiap bulan dalam rangka menetapkan posisi KCP terhadap posisi pesaing di wilayah kerja setempat.

- e. Menilai, memutuskan dan melegalisasi kegiatan non operasional Capem.
- f. Mengkoordinasikan seluruh sarana dan kegiatan untuk mencapai target yang telah ditetapkan dan disepakati sejalan dengan visi, misi dan sasaran kegiatan kerja.

2. Manager Operational dan Marketing Manager

- a. Membuat rencana kerja mingguan/bulanan di bagiannya, untuk memastikan kesesuaiannya dengan rencana kerja Capem.
- b. Mengkoordinasikan dan menetapkan serta mengevaluasi target kerja seluruh pegawai bawahan langsung.
- c. Melakukan supervisi terhadap proses pekerjaan dibawah koordinasinya, untuk memastikan seluruh pekerjaan dilaksanakan sesuai dengan rencana/target kerja dan SOP yang berlaku.
- d. Membuat dan mengkaji pelaksanaan rencana kerja bagiannya untuk memastikan tersedianya data yang akurat dan mutakhir sebagai bahan evaluasi dan pengambilan keputusan atasan.
- e. Mengembangkan ketrampilan dan pengetahuan bawahan, agar memenuhi persyaratan minimum jabatan sehingga dapat melakukan pekerjaannya sesuai standar dan SOP.
- f. Mengkaji dan mengusulkan permintaan barang atau peralatan kerja, untuk memastikan penggunaan yang paling efektif terhadap seluruh barang dan peralatan kerja.

3. Account Officer dan Officer Gadai

- a. Secara terus menerus berupaya meningkatkan kemampuan/ pemahaman produk-produk bank syariah mandiri dan tatacara pelayanannya termasuk syarat-syarat dari masing-masing jenis produk.
 - b. Melaksanakan pengumpulan data atau informasi mengenai perkembangan ekonomi, pembangunan ekonomi, dan dunia usaha setempat untuk dijadikan indikator pengembangan usaha Capem.
 - c. Mengimplementasikan budaya kerja BSM.
 - d. Menjaga sikap sesuai code of conduct BSM.
 - e. Melaksanankan pekerjaan lain yang ditugaskan atasan.
4. Admin Pembiayaan / Back office
- a. Penginputan data nasabah pembiayaan dan melakukan BI cheking.
 - b. Monitoring jadwal pembayaran/pelunasan-pelunasan nasabah.
 - c. Menyimpan berkas pembiayaan.
 - d. Pengurusan perpajakan BPKB dan pengajuan asuransi.
5. Back Office / SDI Umum
- a. Mengurus kepegawaian dan pemeliharaan kantor.
 - b. Rekrutmen karyawan.
 - c. Melaksanakan transfer non tunai, kliring dan RTGS.
 - d. Membuat laporan bulanan.
6. Financing Operation Center (FOC)
- a. Mengalihkan fungsi-fungsi tugas administrasi pembiayaan.

- b. Mereview dari segi kepatuhan dan legal dalam administrasi pembiayaan.
- c. Melakukan pencairan pembiayaan.
- d. Mengevaluasi jaminan.

7. Customer Services

- a. Memberikan penjelasan ke nasabah tentang produk, syarat dan tatacaranya.
- b. Melayani pembukaan rekening tabungan, giro dan deposito.
- c. Melayani permintaan nasabah untuk melakukan pemblokiran.
- d. Melayani permintaan buku cek/bilyet giro.

8. Teller

- a. Menerima setoran tunai dan non tunai.
- b. Melakukan pembayaran.
- c. Mengambil/menyetorkan uang dari Bank Indonesia, kantor pusat, cabanag lain sesuai penugasan layanan dari nasabah.
- d. Mengamankan dan menyimpan uang tunai, surat berharga dan membuat laporan sesuai dengan bidangnya.

9. PMS, SFE dan pelaksanaan Gadai

- a. Memasarkan produk.
- b. Pemberkasan/kelengkapan data yang diminta dan penilaian kelayakan.
- c. Melakukan akad pembiayaan.
- d. Maintenance/monitoring nasabah.

4.1.E Produk dan Layanan BSM³⁹

1. Produk Pendanaan (*funding*) BSM Semarang

A. Tabungan BSM

Tabungan-tabungan BSM adalah simpanan yang penarikannya berdasarkan syarat-syarat tertentu yang disepakati.

B. BSM Tabungan Simpatik

Tabungan berdasarkan prinsip wadiah yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat berdasarkan syarat-syarat yang disepakati.

C. TabunganKu

TabunganKu merupakan tabungan untuk perorangan dengan persyaratan mudah dan ringan yang diterbitkan secara bersama oleh bank-bank di Indonesia guna menumbuhkan budaya menabung dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

D. BSM Tabungan Berencana

Tabungan Berencana adalah tabungan berjangka yang memberikan nisbah bagi hasil berjenjang serta kepastian bagi penabung maupun ahli waris untuk memperoleh dananya sesuai target pada waktu yang diinginkan.

E. BSM Tabungan Mabrur

Yaitu tabungan dengan mata uang rupiah untuk membantu pelaksanaan ibadah haji dan umroh.

F. BSM Tabungan Investa Cendekia

³⁹ Company profile

Tabungan berjangka untuk keperluan uang pendidikan dengan jumlah setoran bulanan tetap (*installment*) dan dilengkapi dengan perlindungan asuransi.

G. Deposito BSM

Deposito BSM adalah produk investasi berjangka yang penarikannya hanya dapat dilakukan setelah jangka waktu tertentu sesuai kesepakatan.

H. Giro

Giro BSM adalah simpanan yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan menggunakan cek, bilyet giro, atau alat perintah bayar lainnya dengan prinsip *wadiah yad adh-dhamanah*.

I. Obligasi

Obligasi Bank Syariah Mandiri (*Mudharabah*). Surat berharga jangka panjang berdasar prinsip syariah yang mewajibkan Emiten (bank Syariah Mandiri) untuk membayar Pendapatan Bagi Hasil / Kupon dan membayar kembali Dana Obligasi Syariah pada saat jatuh tempo.

2. Produk Pembiayaan (*landing*) BSM Semarang

A. Gadai Emas BSM

Gadai Emas BSM merupakan produk pembiayaan atas dasar jaminan berupa emas sebagai salah satu alternatif memperoleh uang tunai dengan cepat.

B. Mudharabah BSM

Pembiayaan *Mudharabah* BSM adalah pembiayaan dimana seluruh modal kerja yang dibutuhkan nasabah ditanggung oleh bank. Keuntungan yang diperoleh dibagi sesuai dengan nisbah yang disepakati.

C. Musyarakah BSM

Pembiayaan khusus untuk modal kerja, dimana dana dari bank merupakan bagian dari modal usaha nasabah dan keuntungan dibagi sesuai dengan nisbah yang disepakati.

D. Murabahah BSM

Pembiayaan *Murabahah* BSM adalah pembiayaan berdasarkan akad jual beli antara bank dan nasabah. Bank membeli barang yang dibutuhkan dan menjualnya kepada nasabah sebesar harga pokok ditambah dengan keuntungan margin yang disepakati.

E. Talangan Haji BSM

Talangan Haji BSM merupakan pinjaman dana talangan dari bank kepada nasabah khusus untuk menutupi kekurangan dana untuk memperoleh kursi/*seat* haji dan pada saat pelunasan BPIH.

3. Produk Jasa BSM

A. Kartu /ATM BSM

Kartu / ATM BSM merupakan sarana untuk melakukan transaksi pada ATM Syariah Mandiri.

B. BSM SMS Banking

BSM SMS Banking merupakan produk layanan perbankan berbasis teknologi seluler yang memberikan kemudahan melakukan berbagai transaksi perbankan.

4. Jasa Operasional BSM

A. Setoran Kliring

Penagihan warkat bank lain di mana lokasi bank tertariknya berada dalam satu wilayah kliring.

B. Inkaso

Penagihan warkat bank lain di mana bank tertariknya berbeda wilayah kliring atau berada di luar negeri, hasilnya penagihan akan dikredit ke rekening nasabah.

C. Jasa investasi

BSM Investa Berimbang adalah reksadana Campuran (*Mix Fund / Balanced Fund*) berbasis instrument pasar uang, pasar obligasi dan pasar saham dengan ketentuan investasi sesuai Syariah. BSM Investa Berimbang juga dikelola, di administrasikan, disimpan dan di distribusikan oleh sinergi 3 kekuatan besar, yaitu: Mandiri Investasi, *Deutsche Bank* (sebagai bank kustodi reksa dana terbesar di Indonesia yang sudah berperan aktif sebagai kustodi reksa dana konvensional maupun Syariah) dan Bank Syariah Mandiri.

BSM Investa Berimbang sesuai syariah karena diawasi penuh oleh DPS independen yang berada di bawah naungan DSN (Dewan Syariah Nasional). Dana anda akan diinvestasikan pada instrumen-instrumen syariah seperti deposito syariah, obligasi syariah dan saham-saham perusahaan yang masuk pada JII (*Jakarta Islamic Index*) atau saham-saham diluar JII yang telah diberikan ijin untuk diinvestasikan oleh Dewan Pengawas Syariah.

BSM Investa Berimbang nyaman bagi anda karena pengelolaan dan administrasinya sudah diwakilkan oleh pihak yang professional dibidangnya yaitu Mandiri Investasi, Bank Syariah Mandiri dan *Deutsche Bank*. BSM Investa Berimbang dijual secara eksklusif hanya di Bank Syariah Mandiri karena kami merupakan agen tunggal penjual Reksa Dana BSM Investa Berimbang.

BSM Investa Berimbang transparan dalam memberikan pelaporan bulanan dan triwulanan (berkenaan dengan kinerja portfolio dan kondisi pasar) serta terawasi secara penuh oleh Bapepam dan DPS (Dewan Pengawas Syariah).

D. Sumber Daya Insani

Karyawan adalah aset perusahaan. Bagi manajemen PT Bank Syariah Mandiri, hal itu bukan sekadar slogan. Dengan visi "Menjadi Bank Syariah Terpercaya Pilihan Mitra Usaha", manajemen PT Bank Syariah Mandiri sadar dan sangat peduli untuk memastikan kelangsungan bisnis Bank Syariah Mandiri,

membangun Bank Syariah Mandiri untuk mencapai visi tersebut.

Salah satu kunci penting untuk mencapai visi tersebut adalah karyawan. Agar dapat mencapai pertumbuhan dan keuntungan yang berkesinambungan serta menjadi bank syariah terkemuka di Indonesia yang mampu meningkatkan nilai bagi para pemegang saham dan memberikan kemaslahatan bagi masyarakat luas, Bank Syariah Mandiri mempekerjakan pegawai yang profesional dan sepenuhnya mengerti operasional perbankan syariah.

Sebagai bank yang beroperasi atas dasar prinsip syariah Islam, Bank Syariah Mandiri menetapkan budaya perusahaan yang mengacu kepada sikap "*akhlaqul karimah*" (Perilaku mulia). Pengembangan Sumber Daya Insani, sesuai dengan misinya akan mendukung dan meningkatkan dukungannya secara aktif melalui sebuah sistem yang dapat menjadikan setiap pegawai Bank Syariah Mandiri bangga menjadi bagian dari Bank Syariah Mandiri.

Jumlah pegawai Bank Syariah Mandiri pada saat ini sebanyak 2139 orang yang tersebar di Kantor Pusat, Kantor Cabang serta Kantor Cabang Pembantu (KCP).

E. Manajemen complain.

Pada tahun 2014 Bank Syariah Mandiri mulai memberikan skala prioritas bagi penanganan keluhan nasabah, pada tahun 2014 mulai berjalan baik karena semua keluhan bisa terselesaikan

dengan jangka waktu 2 minggu tetapi untuk sekarang ini bisa kurang dari jangka waktu itu dikarenakan sudah mendapatkan tempat tersendiri jadi tidak menyita waktu operasional bank.⁴⁰ Untuk penanganan keluhan secara langsung BSM memiliki *service recovery strategy* yang menjadi pedoman untuk pelatihan menangani keluhan nasabah yaitu sebagai berikut⁴¹ :

1. Menerima dan bersifat terbuka

- a. , maka anda telah mencegah nasabah untuk berbicara atau mengumbar kemarahan di media masa Tunjukan sikap positif dan terbuka serta siap membantu
- b. Buat nasabah merasa nyaman untuk menyampaikan masukannya

Dengan anda berusaha dan memahami komplain nasabah

2. Bertindak dengan cepat

- a. Ambil tindakan yang tepat dan cepat ketika terjadi complain.
- b. Perlengkapi tim anda dengan keterampilan untuk dapat memahami dan menggali permasalahan/kebutuhan nasabah.
- c. Menawarkan solusi yang tepat dan selalu menampilkan sikap proaktif dan antusias.
- d. Komunikasikan kepada *supervisor*, jika complain nasabah tidak dapat segera diselesaikan.

⁴⁰ Wawancara dengan mbak gangga sitaliari selaku CSO

⁴¹ 2013 Officer Development Program Bank Syariah Mandiri

- e. Komunikasikan dengan nasabah dengan ramah, akurat dan professional jika masalah tidak dapat langsung diselesaikan.
- 3. Perlakukan nasabah dengan baik
 - a. Tepati SLA yang telah disepakati.
 - b. Fokus pada hal-hal yang dapat Anda lakukan tanpa mengorbankan nilai-nilai perusahaan.
- 4. Tindak lanjut
 - a. Setelah komplain tertangani, pastikan Anda menindak lanjuti apa yang telah dijanjikan kepada nasabah.
 - b. Pastikan bahwa solusi yang Anda berikan merupakan solusi terbaik bagi nasabah Anda
 - c. Tanyakan kepuasan nasabah terhadap penanganan keluhannya
- 5. Cegah kegagalan pelayanan berikutnya

Anda dapat menganalisa mengapa begitu banyak kegagalan *service* yang sama terjadi pada nasabah yang berbeda. Tanyakan kepada diri Anda apakah proses layanan yang perlu perusahaan Anda rubah agar dapat memudahkan nasabah dan pada akhirnya akan mencegah kegagalan-kegagalan *service* selama interaksi.

4.2. Karakteristik Responden

Karakteristik responden yang dimaksud dalam penelitian ini adalah data berdasarkan kriteria jenis kelamin, usia, pekerjaan, pendapatan,

pendidikan. Adapun kriteria-kriteria tersebut dapat digambarkan sebagai berikut:

4.2a Jenis Kelamin Responden

Adapun jenis kelamin responden yang diperoleh dari bank Syariah Mandiri adalah sebagai berikut:

Tabel 4.1

Jenis Kelamin Responden

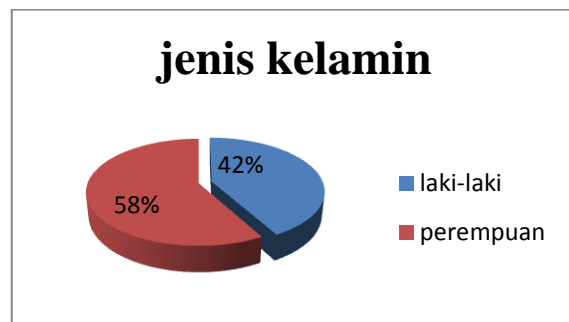
Jenis Kelamin	Jumlah	Prosentase
Laki-laki	42	42%
Perempuan	58	58%
Total	100	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2015

Berdasarkan keterangan pada tabel di atas dapat diketahui tentang jenis kelamin responden pada Bank Syariah Mandiri cabang Semarang yang diambil sebagai responden menunjukkan bahwa mayoritas responden adalah laki-laki, yaitu sebanyak 42 orang, sedangkan sisanya adalah respondennya adalah wanita sebanyak 58 orang. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar dari responden di BSM yang diambil sebagai responden adalah perempuan.

Untuk lebih jelasnya, berikut ini gambar jenis kelamin responden yang dapat peneliti peroleh:

Gambar 4.1



Sumber: Data primer yang diolah, 2015

4.2b Usia Responden

Adapun mengenai data usia responden yang diperoleh dari nasabah Bank Syariah mandiri adalah sebagai berikut:

Tabel 4.2
Prosentase jenis usia responden

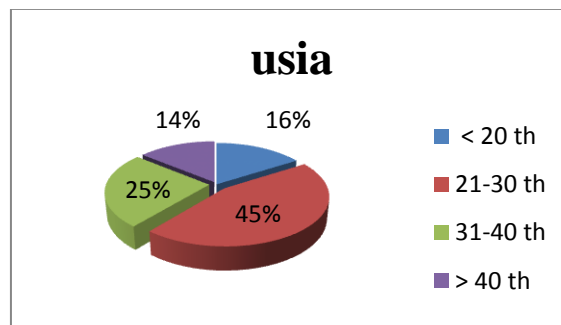
Usia	responden	Persentase
<20 th	16	16%
21-30 th	45	45%
30-40 th	25	25%
>40 th	14	14%
jumlah	100	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2015

Pada tabel diatas menunjukkan bahwa jumlah responden yang diteliti mayoritas berusia 21-30 tahun dengan prosentase sebesar 45 %. Berdasarkan tabel diatas bahwa responden yang berusia 31-40 tahun sebanyak 25 orang, sedangkan yang berusia <20 tahun sebanyak 16 orang, dan responden yang berusia lebih dari 40 tahun sebanyak 14 orang.

Untuk lebih jelasnya, berikut ini gambar jenis usia responden yang dapat peneliti peroleh:

Gambar 4.2



Sumber: Data primer yang diolah, 2015

4.2c Jenis Pekerjaan Responden

Adapun mengenai jenis pekerjaan responden yang diperoleh dari nasabah Bank Syariah Mandiri adalah sebagai berikut:

Tabel 4.3

Prosentase jenis pekerjaan responden

Jenis pekerjaan	Jumlah	Prosentase
Pelajar	22	22%
Wiraswasta	34	34%
PNS	17	17%
Lainnya	27	27%
Total	100	100%

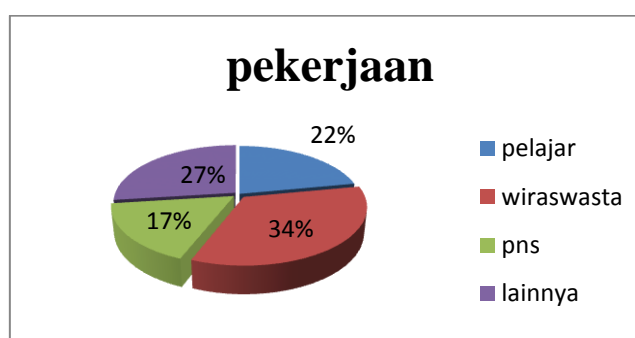
Sumber: Data primer yang diolah, 2015

Pada tabel diatas menunjukkan bahwa jumlah responden pada nasabah Bank Syariah Mandiri yang diteliti mayoritas dari kalangan wiraswasta yang memiliki proporsi sebanyak 34 %. Responden dari

kalangan petani dan pegawai sebesar 22 %, responden yang dari kalangan PNS sebesar 17 %, dan lainnya sebesar 27 %

Untuk lebih jelasnya, berikut ini gambar jenis pekerjaan yang dapat peneliti peroleh:

Gambar 4.3



Sumber: Data primer yang diolah, 2015

4.2d Pendidikan Terakhir Responden

Adapun mengenai Pendidikan Terakhir Responden yang diperoleh dari nasabah Bank Syariah Mandiri adalah sebagai berikut:

Tabel 4.4

Prosentase jenis pendidikan responden

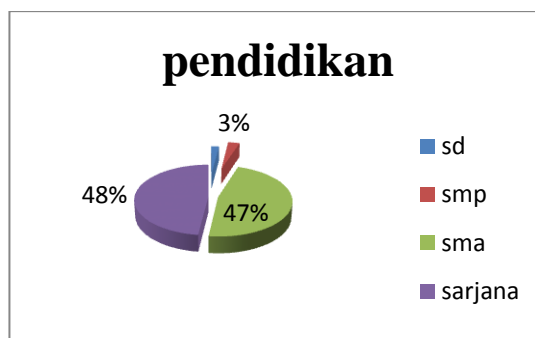
Jenis Pendidikan	Jumlah	Prosentse
SD	0	0%
SMP	2	2%
SMA	50	50%
Sarjana	48	48%
Total	100	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2015

Berdasarkan keterangan pada tabel diatas dapat dilihat bahwa mayoritas pendidikan terakhir dari responden adalah SMA 50 orang dengan prosentase 50 %. sarjana sebanyak 48 orang dengan prosentase sebesar 48% , responden yang pendidikan SMP sebanyak 2 orang dengan prosentase 2 %, dan responden yang pendidikan terakhir SD tidak ada.

Untuk lebih jelasnya, berikut ini gambar jenis pendidikan yang dapat peneliti peroleh:

Gambar 4.4



Sumber: Data primer yang diolah, 2015

4.2e Penghasilan responden

Adapun mengenai Penghasilan responden yang diperoleh dari nasabah Bank Syariah Mandiri adalah sebagai berikut:

Tabel 4.5
Penghasilan responden

Penghasilan	Responden	Persentase
< 1jt	19	19%

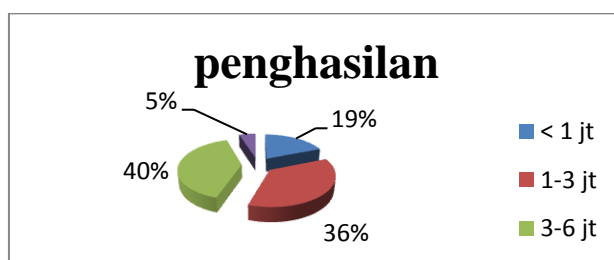
1– 3jt	36	36%
3– 6jt	40	40%
.>6jt	5	5%
Jumlah	100	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2015

Keterangan pada table diatas dapat dilihat bahwa mayoritas penghasilan dari responden adalah 3-6 juta dengan prosentase 50 %. 1-3 juta dengan prosentase sebesar 36% , >6 juta dengan prosentase 5%, dan responden yang pendidikan terakhir SD tidak ada.

Untuk lebih jelasnya, berikut ini gambar jenis pendidikan yang dapat peneliti peroleh:

Gambar 4.5



Sumber: Data primer yang diolah, 2015

4.3. Deskriptif Variabel Penelitian

Deskripsi data yang akan disajikan dari hasil penelitian ini adalah untuk memberikan gambaran secara umum mengenai penyebaran data

yang diperoleh dilapangan. Data yang disajikan berupa data mentah yang kemudian diolah menggunakan teknik statistik deskripsi.

Berdasarkan judul dan perumusan masalah penelitian dimana penelitian ini terdiri dari satu variabel bebas dan satu variabel terikat, yakni kepuasan (Y), dan *Service Recovery*(X). Sampel yang diambil dalam penelitian ini sebanyak 100 orang nasabah Bank Syariah Mandiri. Deskripsi dari masing-masing variabel berdasarkan hasil penyebaran kuesioner kepada 100 orang responden hasilnya dapat dijelaskan sebagaimana dibawah ini:

4.3.1 Keberhasilan *Service Recovery* variabel X_1

Dari data hasil penelitian mengenai variabel bebas pertama yaitu keberhasilan *service recovery* (X_1) yang diambil melalui penyebaran kuesioner, dengan jumlah pertanyaan sebanyak 10 butir instrumen dengan penggunaan skala pilihan jawaban skala lima pilihan. Adapun nilai hasil kuesioner dapat ditampilkan pada tabel dibawah ini:

Table 4.6

No	SS	S	N	TS	STS
1	38	50	6	4	2
2	40	40	15	4	1
3	40	45	12	3	0
4	24	52	16	8	0
5	42	34	16	8	0

6	36	40	13	11	0
7	31	44	14	9	2
8	48	28	11	10	3
9	37	37	20	6	0
10	40	28	24	6	2

4.3.2 Kepuasan nasabah (Variabel Y)

Data dari hasil penelitian mengenai variabel terikat yaitu kepuasan (Y) yang diambil melalui penyebaran kuesioner, dengan jumlah pertanyaan sebanyak 5 butir instrumen dengan penggunaan skala pilihan jawaban skala 5 poin. Adapun nilai hasil kuesioner dapat ditampilkan pada tabel berikut ini

Tabel 4.7

Skor kuesioner variabel Y

Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
11	15	47	24	14	0
12	15	40	30	14	1
13	22	40	25	13	0
14	19	42	28	8	3
15	23	36	28	8	5

4.4. Uji **Validitas** dan Reliabilitas

a. Uji **Validitas**

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika

pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.

Uji validitas digunakan untuk menunjukkan sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur (kuesioner). Uji validitas dalam penelitian ini dihitung dengan menggunakan bantuan program SPSS versi 14.00. Kriteria pengukuran yang digunakan adalah :

- Apabila $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$ dengan $df = n-k-1$, maka kesimpulannya item kuesioner tersebut valid.
- Apabila $r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$ dengan $df = n-k-1$, maka kesimpulannya item kuesioner tidak valid.

Untuk tingkat validitas dilakukan uji signifikan dengan membandingkan nilai r hitung dengan nilai r tabel. Untuk *degree of freedom* (df) = $n-k-1$ (dalam hal ini n adalah jumlah sampel dan k adalah jumlah konstruk. Pada kasus ini besarnya df dapat dihitung $100-1-1$ atau df 98 dengan α 0,05 didapat $r \text{ tabel}$ 0,195 jika $r \text{ hitung}$ (untuk tiap-tiap butir pertanyaan dapat dilihat pada kolom *corrected item pertanyaan total correlation*) lebih besar dari r dan nilai r positif, maka butir pertanyaan tersebut dikatakan valid.

Pengujian validitas dalam penelitian ini dihitung dengan menggunakan bantuan komputer program SPSS versi 14.00. Dari perhitungan diperoleh hasil sebagai berikut

Table 4.8**Tabel Validitas**

Variabel	Item	Corrected item total	r tabel	Keterangan
Variabel x <i>service recovery</i>	Pertanyaan 1	0,57864	0,195	Valid
	Pertanyaan 2	0,55967	0,195	Valid
	Pertanyaan 3	0,38791	0,195	Valid
	Pertanyaan 4	0,32077	0,195	Valid
	Pertanyaan 5	0,44052	0,195	valid
	Pertanyaan 6	0,52762	0,195	valid
	Pertanyaan 7	0,53798	0,195	valid
	Pertanyaan 8	0,77724	0,195	valid
	Pertanyaan 9	0,60672	0,195	valid
	Pertanyaan 10	0,37287	0,195	valid
Variabel y kepuasan	Pertanyaan 11	0,82676	0,195	Valid
	Pertanyaan 12	0,84980	0,195	Valid
	Pertanyaan 13	0,86869	0,195	Valid
	Pertanyaan 14	0,83390	0,195	Valid
	Pertanyaan 15	0,87591	0,195	Valid

Sumber data : data yang sudah diolah, 2015

Tabel 4.8 diatas menunjukkan bahwa nilai pada kolom *corrected item-total correlation* untuk masing-masing item memiliki r hitung lebih besar dan positif disbanding r tabel untuk $(df) = 100 - 1 - 1 =$

98 dan alpha 0,05 dengan uji dua sisi didapat r tabel sebesar 0,195 , maka dapat disimpulkan bahwa semua indicator dari dua variabel independen dan dependen adalah valid.

b. Uji reliabilitas

Untuk membuktikan kualitas dari angket, perlu dilakukan uji angket yaitu dengan uji reliabilitas. Suatu item pertanyaan dalam angket bisa diterima (reliabel) untuk dilanjutkan dalam pengolahan statistik jika memiliki *Cronbach Alpha* lebih dari 0,195 ($> 0,195$). Hasil pengujian uji reliabilitas menggunakan SPSS versi 14.00 dapat diketahui dalam tabel berikut :

Tabel 4.9

Hasil uji reliabilitas

Variabel	Reliability coefficients	Cronbach Alpha	Keterangan
X	10	0,905	Reliabel
Y	5	0,869	Reliabel

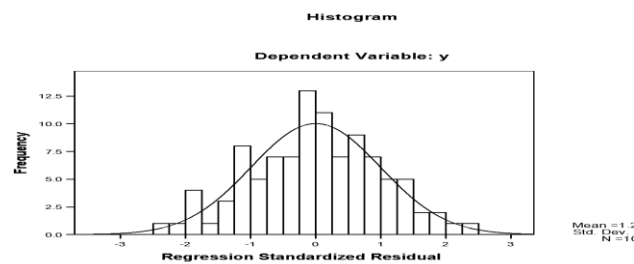
Sumber: Data yang diolah spss, 2015

Data dari tabel 4.9 diatas dapat diketahui bahwa masing-masing variabel memiliki *Cronbach Alpha* lebih dari 0,195 ($> 0,195$) , sehingga dapat disimpulkan bahwa semua variabel X dan Y adalah reliable. Dengan demikian pengolahan data dapat dilanjutkan ke jenjang selanjutnya.

4.5. Uji asumsi klasik

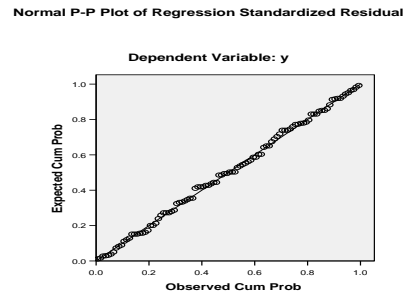
1. Uji normalitas

Berdasarkan hasil analisis data dengan SPSS diperoleh grafik sebagai berikut :



Sumber : data primer sudah diolah, 2015

Gambar 4.6 grafik histogram



Sumber: data primer yang diolah, 2015

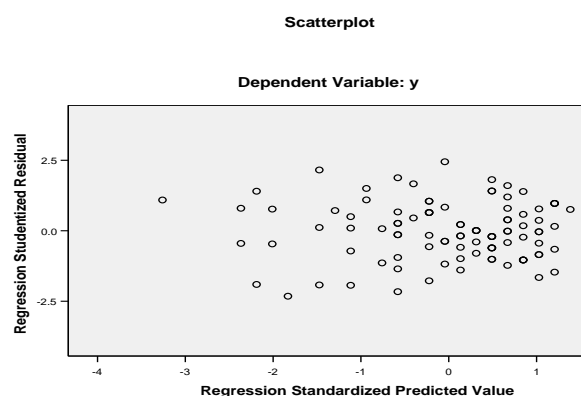
Gambar 4.7 grafik normal probability plot

Berdasarkan grafik histogram dan normal probability plot di atas telah menunjukkan bahwa kurva normal yang membentuk lonceng sempurna, dapat dan dapat diketahui bahwa sebaran titik-titik disekitar garis diagonal yang berarti data tersebut berdistribusi

normal sehingga model regresi dapat dipakai untuk memprediksi kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri cabang Semarang, berdasarkan variabel independennya (*service recovery*).

2. Uji heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian. Adapun hasil uji statistik heteroskedisitas yang diperoleh dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :



Sumber : Data primer yang diolah, 2015

Gambar 4.8 grafik scatterplot

Berdasarkan grafik *Scatterplot* telah menunjukkan pola titik yang menyebar di atas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y. Jadi, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedisitas pada model regresi.

3. Uji autokorelasi

Pengujian ini dilakukan untuk menguji suatu model apakah antara variabel pengganggu masing-masing variabel bebas saling mempengaruhi. Adapun hasil pengujian autokorelasi adalah sebagai berikut :

Tabel 4.10
Uji autokorelasi
Model Summary(b)

Mo del	R	R Sq uar e	Adjuste d R Square	Std. Error of the Estim ate	Change Statistics		Durbin- Watson
					R Square Change	Sig. F Change	
1	,76 5(a)	,58 6	,582	2,492	,586	,000	1,884

a Predictors: (Constant), x

b Dependent Variable: y

Sumber data : data yang sudah diolah, 2015

Dari hasil pengujian dengan menggunakan uji *Durbin-Watson* atas residual persamaan regresi diperoleh angka d-hitung sebesar 1,884. Sebagaimana pedoman umum *Durbin_watson* berkisar 0 dan 4. Jika nilai statistic *Durbin-Watson* lebih kecil dari satu atau lebih dari tiga, maka residual atau error dari model regresi sederhana tidak bersifat independen atau terjadi *autocorrelation*.

Jadi berdasarkan nilai uji statistik *Durbin-Watson* dalam penelitian ini berada di atas satu dan dibawah tiga (1,884) sehingga tidak terjadi *autocorrelation*.

4.6. Uji hipotesis

4.4.1. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independen menjelaskan variabel dependen. Dalam output SPSS, koefisien determinasi terletak pada Tabel Model *Summary* dan tertulis *R square*. Besarnya *R square* berkisar antara 0-1 yang berarti semakin kecil besarnya *R square*, maka hubungan kedua variabel semakin lemah. Sebaliknya jika *R square* semakin mendekati 1 maka hubungan kedua variabel semakin kuat.

Tabel 4.11

Variables Entered/Removed(b)			
Mode	Variables	Variables	
1	Entered	Removed	Method

1	x(a)	.	Enter
---	------	---	-------

a All requested variables entered.

b Dependent Variable: y

Sumber: data yang sudah diolah 2015

Pada tabel diatas dapat diketahui bahwa variabel-variabel yang dikeluarkan atau dimasukan kedalam persamaan, dapat dilihat bahwa variabel X_1 tidak ada yang keluar dari persamaan (kolom *removed variable* kosong). Setelah mengetahui seluruh variabel dimasukkan dalam analisis persamaan, maka dilakukan pengujian koefisien determinasi.

Hasil pengujian koefisien determinasi dalam penelitian ini menggunakan bantuan SPSS versi 14.00, seperti terlihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.12

Model Summary(b)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics					Durbin-Watson
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	,765(a)	,586	,582	2,492	,586	138,649	1	98	,000	1,884

a Predictors: (Constant), x

b Dependent Variable: y

Sumber: data yang di olah, 2015

Hasil dari koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel diatas bahwa R^2 Square (R^2) adalah 0,586. Hal ini berarti bahwa 58,6% variabel kepuasan nasabah dapat dijelaskan oleh variabel independen yaitu *service recovery*. Sedangkan sisanya sebesar 41,4% dijelaskan oleh variabel lain diluar model yang dianalisis.

4.4.2 Uji t (Uji Signifikansi Parameter Individual)

Untuk menguji hipotesis maka analisis statistik yang digunakan dalam penelitian ini yaitu regresi linier sederhana. Analisis ini digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel independen yaitu *service recovery* terhadap variabel dependen yaitu kepuasan nasabah

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations		
		B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part
1	(Constant)	-2,670	1,862		-1,434	,155			
	X	,527	,045	,765	11,775	,000	,765	,765	,765

Hasil uji t dalam penelitian dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.13 Coefficients(a)

a Dependent Variable: y

Sumber: Data primer yang diolah, 2015

Pada tabel diatas diketahui bahwa nilai t hitung untuk *service recovery* (X_1) adalah 11,775 . Berdasarkan kriteria uji hipotesis maka dapat disimpulkan variabel keberhasilan *service recovery* (X_1):

Nilai t hitung variabel ini adalah 11,775 dengan tingkat signifikan 0,000. Nilai t tabel pada $\alpha = 5\%$, dengan derajat kebebasan $df = 98$ adalah 1,9845. Berdasarkan kriteria uji hipotesis yaitu $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, maka dapat dinyatakan bahwa dengan nilai $11,775 > 1,9845$. Artinya bahwa variabel X_1 (*service recovery*) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

4.7.Pembahasan

Dengan melibatkan sebanyak 100 responden, memberikan informasi mengenai pengaruh variabel yaitu keberhasilan *service recovery* mempengaruhi kepuasan nasabah.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan untuk menjawab permasalahan “Pengaruh Keberhasilan *Service Recovery* Terhadap Kepuasan Nasabah Di Bank Syariah Mandiri Cabang Semarang”

Merujuk pada nilai koefisien regresi yang telah diuraikan sebelumnya menunjukkan bahwa nilai koefisien regresi untuk variabel bebas *service recovery* dengan variabel terikatnya kepuasan nasabah adalah 0,45. Persamaan regresi yang diperoleh dari penelitian ini adalah $Y = -2,670 + 0,527 X$. Dari persamaan regresi tersebut diketahui bahwa parameter koefisien regresi untuk variabel *service recovery* adalah positif

terhadap kepuasan di Bank Syariah Mandiri cabang Semarang, artinya setiap terjadi peningkatan variabel keberhasilan *service recovery*, maka kepuasan nasabah juga akan mengalami kenaikan.

Dalam upaya mengidentifikasi seberapa jauh pengaruh variabel independen terhadap variabel dependennya, dilihat dari nilai koefisien determinasi. Sebagaimana yang telah diuraikan sebelumnya, bahwa nilai koefisien determinasi yang dinyatakan dalam angka R^2 (R square) adalah sebesar 0,582, yang artinya besar pengaruh variabel independen (*service recovery*) terhadap variabel dependen (kepuasan nasabah) adalah 0,582 ini menunjukkan bahwa kontribusi variabel kepuasan nasabah (Y) adalah sebesar 58,2% sedangkan sisanya dipengaruhi faktor lain yang tidak diteliti.

Selanjutnya untuk mengetahui signifikansi tidaknya hasil penelitian dengan membandingkan *t hitung* dengan *t tabel*, diketahui dari item uji hipotesis parsial di pembahasan sebelumnya menunjukkan angka *t hitung* adalah 11,777 sedangkan *t tabel* 1,9845, Artinya bahwa variabel X_1 (*service recovery*) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Hasil penelitian ini dikuatkan dengan kinerja Bank Syariah Mandiri yang mendapatkan penghargaan untuk *The Best in Achieving Total Costumer Satisfaction* pada tanggal 30 oktober 2014, penghargaan *Service Excellence Award 2014* untuk kategori (Best costumer service, Best teller, Best ATM, Best satpam pada tanggal 13

juni 2014), *Service Quality Award 2014* untuk kategori : *Sharia Banking* pada tanggal 5 juni 2014 dan beberapa penghargaan lagi yang diperoleh Bank Syariah Mandiri.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Dengan melihat hasil penelitian yang telah dibahas, maka dapat kita tarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Bank Syariah Mandiri cabang Semarang memiliki standar prosedur *Service Recovery* yang menjadi bahan untuk pelatihan bagi *costumer service* yaitu menerima dan bersifat terbuka, bertindak cepat, perlakukan nasabah dengan baik, tindak lanjut, dan mencegah kegagalan pelayanan berikutnya. .
2. Dari hasil analisis data pada tabel terlihat bahwa koefisien determinasi adalah sebesar 0,586, ini artinya bahwa variasi perubahan variabel kepuasan nasabah (Y) dipengaruhi oleh perubahan variabel bebas keberhasilan *service recovery* (X) sebesar 58,6%. Jadi besarnya pengaruh *service recovery* terhadap kepuasan nasabah adalah sebesar 58,6%, sedangkan sisanya 41,4% dipengaruhi faktor lain diluar penelitian ini.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka saran yang dapat diajukan adalah sebagai berikut:

1. Bagi BSM, diharapkan dari penelitian ini dapat memberikan masukan dan kebijakan berkaitan dengan upaya memberikan kepuasan nasabah dengan tetap memberikan pelayanan yang terbaik. Tetapi jika ada keluhan harus secepatnya ditangani dan ditangani dengan sungguh-sungguh.
2. Bagi peneliti selanjutnya, hendaknya untuk memperluas penelitian sehingga diperoleh informasi yang lebih lengkap tentang faktot-faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah.
3. Dengan memperhatikan *service recovery* maka akan mengetahui strategi marketing yang berpotensi atau mempunyai kekuatan dalam meningkatkan penjualan suatu produk maupun jasa. Suatu manajemen yang baik akan selalu berusaha meningkatkan penjualan dan kualitas barang. yang akhirnya bermuara pada perkembangan usaha yang semakin meningkat dan loyalitas para konsumen terhadap produk maupun jasa tersebut.
4. Melihat bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dan positif antara variabel *service recovery* terhadap variabel kepuasan, maka seyogyanya pihak produsen perbankan diseluruh Indonesia khususnya dan diseluruh dunia pada umumnya perlu adanya suatu perhatian tersendiri terhadap kebutuhan nasabah akan pelayanan complain yang memuaskan , karena meskipun tidak begitu besar pengaruhnya, variabel ini akan menentukan kepuasan pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Eka Waty Mia, “*Kepuasan Bank-bank anggota Atm Bersama Atas Pelaksanaan Manajemen Komplain PT. Artajasa Pembayaran Elektronik*”, Skripsi FISIP Ui, Depok, www.lontar.ui.ac.id/pdf, 2008
- Ghozali Imam, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS, Cetakan IV*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2005
- Haman Abdul, *Metode Statistic*, Yogyakarta : Graha Ilmu, 2005
- Hasan Ali, *marketing bank syariah*, bogor : Ghalia Indonesia, 2010
- <http://www.syariahmandiri.co.id/category/penghargaan/2014>, diakses 30 maret 2015
- <http://Isma-ismi.com/pengertian-marketing.html> , diakses 10 April 2015
- <http://m.kompasiana.com/post/read/613591/3/definisi-pelayanan-prima-atau-servis-excellent.html>, diakses 14 April 2015
- <http://m.kompasiana.com/post/read/613591/3/tujuan-pelayanan-prima-atau-servis-excellent.html>, diakses 14 April 2015
- <http://kajianpustaka.com/2013/04/pengertian-fakor-pengukuran-kepuasan-konsumen.html?m=1> diakses pada 14 april 2015
- <http://m.kompasiana.com/post/read/613591/3/definisi-pelayanan-prima-atau-servis-excellent.html>, diakses 14 April 2015
- <http://m.kompasiana.com/post/read/613591/3/tujuan-pelayanan-prima-atau-servis-excellent.html>, diakses 14 April 2015

[http://kajianpustaka.com/2013/04/pengertian-fakor-pengukuran-kepuasan-](http://kajianpustaka.com/2013/04/pengertian-fakor-pengukuran-kepuasan-konsumen.html?m=1)

[konsumen.html?m=1](http://kajianpustaka.com/2013/04/pengertian-fakor-pengukuran-kepuasan-konsumen.html?m=1) diakses pada 14 april 2015

Id.m.wikipedia.org/wiki/jasa, di akses pada 14 April 2015

Kartono Kartini, *Pengantar Metodologi Riset Sosial*, Bandung: Mandar Maju, 1990

Kriyantoro Rachmat, *Teknik Praktis Riset komunikasi*, Jakarta : Kencana, 2010

Kurniasih Sri, - *Perencanaan Strategis*||, <http://sri-kurniasih.staf.gunadarma.ac.id/Downloads/files/3309/PERENCANAAN+STRATEGIS.doc>

Marzuki, *Metodologi Riset*, Jogjakarta : BPFE – UII, 2002

Nata Abudddin, *Metodologi Study Islam*, Jakarta : Raja Grafindo Persada, 2003

Nikmah Zahrotun, ”*Pengaruh Tingkat Religiusitas Masyarakat Santri Desa Kajen Kec. Margoyoso, Kab. Pati Terhadap Minat Menabung Di Bprs Artha Mas Abadi*”, skripsi sarjana ekonomi islam, Semarang, Perpustakaan IAIN walisongo, 2013

Repository.widyatama.ac.id/xmlui/bitstream/handle/123456789/1472/bab2.pdf

Putra Pratama Yan, ” *Analisis Persepsi Pelanggan Pada Pemulihan Layanan (Service Recovery) SBU Garuda Sentra Medika*”, Skripsi FISIP UI, depok, lib.ui.ac.id/file#digital/20318025-s-yan%20pratama.pdf, diakses pada 28 oktober 2014

Prasetyo Bambang dan Miftahul Jannah Lina, *Metode Penelitian Kuantitatif*

: *Teori dan Aplikasi*, PT Raja Grafindo Persada, Jakarta : 2012

Sugiono, *Metode Penelitian Pendidikan*, Bandung: Alfabeta, 2010

Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*, Bandung :

Alfabeta, 2008

Syaukani Imam (ed.), *manajemen pelayanan haji di indonesia*, Jakarta :

puslitbang kehidupan keagamaan, 2009

The Jakarta Consulting Group, *-Mencegah Kegagalan Bussiness Plan ||*.

<http://www.jakartaconsulting.com/publication/articles/strategy/mence>

[gah-kegagalan-business-plan](http://www.jakartaconsulting.com/publication/articles/strategy/mencegah-kegagalan-business-plan), diakses pada 20 april 2015

Umar Husein, *Metode Penelitian Untuk skripsi dan Tesis Bisnis.*, Jakarta:

PT Raja Grafindo Persada ,2005

Wawancara dengan mbak gangga sitaliari selaku CSO

LAMPIRAN
KUESIONER PENELITIAN

**PENGARUH KEBERHASILAN *SERVICE RECOVERY* TERHADAP
KEPUASAN NASABAH DI BANK SYARIAH MANDIRI CABANG
SEMARANG**

Kepada.
Bapak / Ibu Responden
Di Tempat

Dengan Hormat,

Dalam rangka penelitian Tugas Akhir yang berjudul “**PENGARUH KEBERHASILAN *SERVICE RECOVERY* TERHADAP KEPUASAN NASABAH DI BANK SYARIAH MANDIRI CABANG SEMARANG**” maka saya memohon dengan hormat kepada Bapak / Ibu untuk mengisi beberapa pertanyaan yang telah disediakan. Saya harapkan Bapak / Ibu mengisi lembar kuesioner sesuai dengan pendapat dan kondisi yang dirasakan Bapak/Ibu. Semua informasi dan data yang diterima akan dijaga kerahasiaannya dan akan disampaikan kepada pihak manajemen Bank Syariah Mandiri cabang Semarang sebagai bahan masukan untuk melakukan perbaikan terus-menerus dalam hal pelayanan ke nasabah.

Atas perhatian dan kesediaan Bapak / Ibu yang diberikan, saya ucapkan terima kasih.

Hormat saya,

M. HAMAM N.

A. IDENTITAS RESPONDEN

Nama :(boleh tidak diisi)

Jenis Kelamin: Laki-laki	<input type="checkbox"/>	Perempuan	<input type="checkbox"/>
Usia : < 20 Tahun	<input type="checkbox"/>	21-30 Tahun	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
31-40 Tahun	<input type="checkbox"/>	> 40 Tahun	<input type="checkbox"/>
Pendidikan : SD	<input type="checkbox"/>	SMP	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
SMA	<input type="checkbox"/>	Sarjana	<input type="checkbox"/>
Pekerjaan : Pelajar	<input type="checkbox"/>	Wirasawasta	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
PNS	<input type="checkbox"/>	Lainnya	<input type="checkbox"/>
Penghasilan: < 1 juta	<input type="checkbox"/>	1-3 juta	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>
3-6 juta	<input type="checkbox"/>	> 6 juta	<input type="checkbox"/>

TTD

B. PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

1. Lembar kuesioner ini semata-mata bertujuan untuk memperoleh data untuk penelitian tentang “pengaruh keberhasilan *service recovery* terhadap kepuasan nasabah di Bank Syariah Mandiri cabang Semarang”
2. Jawaban yang diberikan dari responden dijamin kerahasiaannya.
3. Pengisian kuesioner dengan memberikan centang pada jawaban yang dianggap paling sesuai.
4. Kuesioner diukur dengan skala likert dengan ketentuan sebagai berikut :
 - a. Sangat Setuju (SS) skor 5

- b. Setuju (S) skor 4
- c. Netral (N) skor 3
- d. Tidak Setuju (TS) skor 2
- e. Sangat Tidak Setuju (STS) skor 1

Variabel *service recovery*

N o .	Daftar pertanyaan	S	S	N	T	ST
		s			S	S
Respon (tanggapan)						
1	<p>a. Petugas <i>Customer Service</i> harus meminta maaf dan mengakui kesalahan kepada nasabah yang komplain.</p> <p>b. Petugas <i>Customer Service</i> harus cepat dan tanggap dalam melayani keluhan nasabah.</p> <p>c. Petugas <i>Customer Service</i> mendengarkan dengan sungguh-sungguh setiap keluhan nasabah.</p>					

Informasi					
2	<p>a. Petugas <i>Customer Service</i> menjelaskan kepada nasabah tentang titik permasalahannya</p> <p>b. Petugas <i>Customer Service</i> mendengarkan solusi yang diharapkan nasabah</p> <p>c. Petugas <i>Customer Service</i> menjamin agar kesalahan tersebut tidak terulang lagi.</p>				
Tindakan					
	<p>a. Petugas <i>Customer Service</i> mengoreksi secepatnya permasalahan yang dirasakan nasabah dengan prosedur yang efektif</p> <p>b. <i>Customer Service</i> tidak membiarkan nasabah yang komplain terlalu lama menunggu pemulihan</p> <p>c. Petugas <i>frontliner</i> dapat memberikan solusi yang tepat</p>				

	kepada nasabah					
Kompensasi						
	a. Pihak bank memberikan kompensasi, berupa gratis biaya administrasi dan tawaran lainnya sebagai ganti rugi kepada nasabah.					

Variabel Kepuasan Nasabah

No.	Daftar Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1	<p>a. Kesigapan petugas <i>frontliner</i> dalam menangani masalah nasabah telah memenuhi harapan nasabah</p> <p>b. Kecepatan petugas <i>frontliner</i> dalam melakukan transaksi telah memenuhi harapan nasabah</p> <p>c. Profesionalisme kinerja petugas <i>frontliner</i> telah</p>					

	memenuhi harapan nasabah					
	d. Layanan pemulihan (<i>service recovery</i>) yang diberikan petugas <i>frontliner</i> telah memenuhi harapan nasabah					
	e. Secara keseluruhan nasabah puas terhadap layanan pemulihan (<i>service recovery</i>) yang diberikan petugas <i>frontliner</i>					

**Apapun Smartphone Anda
Pastikan BSM Mobile Banking Pilihannya**

Benefit/Manfaat:

- Dapat diaplikasikan pada semua smartphone yang menggunakan operating system Blackberry, Android, IOS dan Symbian.
- Dilengkapi fitur baru yaitu menu favorit (penyimpan data transaksi transfer, pembayaran dan pembelian), serta peta petunjuk lokasi ATM BSM, Kantor Cabang BSM dan ATM Mandiri. Selain itu aktivitas juga dapat dishare ke social media (facebook, twitter dll).

Fitur:

- Transfer antar rekening di BSM.
- Transfer real time ke rekening di bank anggota ATM Bersama dan Prima.
- Transfer uang tunai (transfer ke bukan pemegang rekening).
- Pembayaran tagihan (telepon, listrik, dll), zakat, asuransi, tiket pesawat dan lainnya.
- Informasi kantor & lokasi ATM.
- Informasi produk dan promo.
- Informasi saldo, mutasi.
- Jadwal sholat dan kalimat inspiratif.
- Menu akses langsung Call BSM 14040.
- Menu favorit (penyimpan data transaksi transfer, pembayaran dan pembelian)
- Share aktivitas ke social media Anda.
- Notifikasi detail transaksi ke email yang didaftarkan.

Registrasi:

1. Proses Pendaftaran/Registrasi
 - a. Nasabah datang ke Cabang terdekat.
 - b. Mengajukan permintaan fasilitas layanan BSM Mobile Banking dan mengisi data pada aplikasi BSM Mobile Banking.
 - c. Menerima kertas Mailer yang berisi kode aktivasi.
 - d. Menandatangani lembar tanda terima kertas Mailer yang berisikan Kode Aktivasi.

2. Proses Download

Aplikasi BSM Mobile Banking dapat didownload melalui:

- a. Untuk ponsel dengan OS BB, BB 10, Android, IOS:
Blackberry App World, Google Play Store, App Store dengan keyword 'BSM Mobile Banking'.
- b. Untuk ponsel Blackberry dengan OS sebelum BB 10:
1. <http://mobile.syariahamandiri.co.id>, atau
2. Blackberry App World dengan keyword 'BSM Mobile Banking'.
- c. Untuk ponsel Nokia, Sony Ericson atau ponsel dengan platform Symbian yang support java: <http://mobile.syariahamandiri.co.id>

Pastikan aplikasi BSM Mobile Banking offered by/publisher/by PT Bank Syariah Mandiri

3. Proses Aktivasi

Nasabah meng-input no rekening, no HP dan kode aktivasi yang didapat dari cabang pada saat pendaftaran/registrasi.

Langkah Transaksi

1. Informasi saldo:

Menu Informasi Rekening → pilih Informasi Saldo → pilih Nomor Rekening → masukkan PIN ATM → konfirmasi biaya cek saldo Rp500 → saldo rekening disampaikan

2. Transfer antar rekening di BSM:

Menu Transfer → pilih BSM → pilih Nomor Rekening → masukkan Nomor Rekening Tujuan → masukkan Nominal → masukkan Berita (optional) masukkan PIN ATM → konfirmasi → transaksi berhasil

3. Transfer online antar bank:

Menu Transfer → pilih Non BSM → pilih Nomor Rekening → pilih Bank Tujuan (Syariah Bank, Local Bank, Foreign Bank atau Other) → masukkan No Rekening Tujuan → masukkan Nominal → masukkan Berita (optional) → masukkan Nomor Referensi (optional) → masukkan PIN ATM → konfirmasi → transaksi berhasil

4. Pembelian token listrik PLN:

Menu Pembelian → pilih PLN Prepaid → pilih Nomor Rekening → pilih menu: Pilih Nominal atau Masukkan Nominal → masukkan ID Pelanggan PLN → pilih atau masukkan Nominal → masukkan PIN ATM → konfirmasi → transaksi berhasil

5. Pembelian Voucher Telkom Pra Bayar:
Menu Pembelian → pilih Voucher HP → pilih Nomor Rekening → pilih Operator → masukkan No Telepon → pilih nominal Voucher → masukkan PIN ATM → konfirmasi → transaksi berhasil

6. Pembayaran Tagihan Telkom Pasca Bayar:
Menu Pembayaran → pilih Biller (contoh Telepon/HP) → pilih Nomor Rekening → pilih Layanan → masukkan No Telepon → masukkan PIN ATM → konfirmasi → transaksi berhasil

7. Menu Favorit:

- Pendaftaran transaksi di menu favorit dapat dilakukan setelah konfirmasi transaksi berhasil. Tersedia menu pilihan Jadikan Favorit (tanda ≡) di screen sebelah kanan atas.
- Cara Penggunaan:
 - Pilih ikon menu favorit (tanda ☆)
 - Pilih jenis transaksi
 - Masukkan nominal
 - Masukkan PIN ATM
 - Konfirmasi
 - Transaksi berhasil

8. Menu Share :

Share ke social media dapat dilakukan setelah konfirmasi transaksi berhasil. Tersedia menu pilihan Bagikan (tanda ≡) di screen sebelah kanan atas.

Informasi lebih lanjut, kunjungi Bank Syariah Mandiri terdekat atau hubungi:

Kantor Cabang Semarang :
Jl. Pandanaran No. 90 Semarang 50134
Telp. : 024 - 356 8891 Fax. : 024 - 356 8890

bsm call 14040

Bank Syariah Mandiri

www.syahmandiri.co.id



apapun smartphone anda, pastikan
bsm mobile banking pilihannya

bsm
mobile banking

Untuk Peradaban Mulia

BSM Tabungan Berencana adalah tabungan berjangka yang memberikan nisbah bagi hasil berjangka dan memiliki perlindungan asuransi untuk berbagai rencana Anda.

Manfaat:

- Kemudahan perencanaan keuangan nasabah jangka panjang.
- Mendapatkan perlindungan asuransi secara gratis dan otomatis, tanpa pemeriksaan kesehatan.
- Memperoleh jaminan pencapaian target dana.

Manfaat Asuransi:

Santunan tunai berfungsi untuk memenuhi kekurangan target dana, sehingga manfaat asuransi dihitung dengan cara sbb:

$$\text{Manfaat asuransi} = \text{Target dana} - \text{Jumlah pembayaran setoran bulanan pada saat klaim}$$

Persyaratan:

- Kartu identitas: KTP/SIM/Paspor nasabah.
- Memiliki rekening tabungan/giro sebagai rekening asal (source account).

Fitur:

- Berdasarkan prinsip syariah dengan akad *mudharabah muthlaqah*.
- Bagi hasil yang kompetitif.
- Periode tabungan 1 s.d. 10 tahun.
- Usia nasabah minimal 17 tahun dan maksimal 60 tahun saat pembukaan rekening.
- Setoran bulanan minimal Rp100.000.
- Target dana minimal Rp1,2 juta dan maksimal Rp200 juta.
- Jumlah setoran bulanan dan periode tabungan tidak dapat diubah.
- Tidak dapat menerima setoran diluar setoran bulanan.
- Saldo tabungan tidak bisa ditarik.
- Apabila ditutup sebelum jatuh tempo (akhir masa kontrak) akan dikenakan biaya administrasi.

Informasi lebih lanjut, kunjungi Bank Syariah Mandiri terdekat atau hubungi:

Kantor Cabang Semarang :

Jl. Pandanaran No. 90 Semarang 50134
Telp. : 024 - 356 8891 Fax. : 024 - 356 8890

bsm call 14040

Bank Syariah Mandiri @syariahamandiri

www.syariahamandiri.co.id

Tabungan Maabrur BSM adalah tabungan dalam mata uang Rupiah untuk membantu pelaksanaan ibadah haji & umrah.

Manfaat:

- Aman dan terjamin
- Fasilitas talangan haji untuk kemudahan mendapatkan porsi haji.
- Online dengan SISKOHAT Departemen Agama untuk kemudahan pendaftaran haji.

Karakteristik:

- Berdasarkan prinsip syariah dengan akad *mudharabah muthlaqah*.
- Tidak dapat dicairkan kecuali untuk melunasi Biaya Penyelenggaraan Ibadah Haji/Umrah (BPIH).
- Setoran awal minimal Rp100.000.
- Setoran selanjutnya minimal Rp100.000.
- Saldo minimal untuk didaftarkan ke SISKOHAT adalah Rp25.500.000 atau sesuai ketentuan dari Departemen Agama.
- Biaya penutupan rekening karena batal Rp25.000.

Informasi lebih lanjut, kunjungi Bank Syariah Mandiri terdekat atau hubungi:

Kantor Cabang Semarang :

Jl. Pandanaran No. 90 Semarang 50134
Telp. : 024 - 356 8891 Fax. : 024 - 356 8890

bsm call 14040

Bank Syariah Mandiri @syariahamandiri

www.syariahamandiri.co.id

mandiri syariah

mewujudkan apapun rencana anda

bsm
tabungan berencana

Untuk Peradaban Mulia

mandiri syariah

mulailah hal yang baik, di tempat yang baik

bsm
tabungan maabrur

Untuk Peradaban Mulia

mandiri syariah www.syariahmandiri.co.id

9,75%
fix 2 th

PINDAHKAN

Pembiayaan rumah anda
ke BSM griya hijrah

KPR LAIN

Nikmati manfaat & nilai lebih

BIAYA ADMIN
DISKON 50 %

PREMI ASURANSI
DISKON 15 %

CICILAN TETAP
SAMPAI AKHIR

BSM GRIYA HIJRAH

Fasilitas Pembiayaan Bank Syariah Mandiri (BSM)

<p>Take Over</p> <p>Pembiayaan dengan mengalihkan angsuran dari bank lain ke BSM dengan berbagai benefit</p>	<p>PPR / KPR New</p> <p>Pembiayaan Kepemilikan Rumah baru dari developer atau pengembang perumahan</p>
<p>PPR 2nd</p> <p>Pembiayaan Kepemilikan Rumah second</p>	<p>Renovasi</p> <p>Pembiayaan untuk keperluan merenovasi rumah</p>
<p>Konstruksi</p> <p>Pembiayaan untuk membangun rumah di atas tanah hak milik</p>	<p>Kavling Siap Bangun</p> <p>Pembiayaan kepemilikan kavling siap bangun yang berlokasi di lingkungan perumahan developer</p>
<p>Alat Kedokteran</p> <p>Pembiayaan kepemilikan alat kedokteran</p>	<p>Pembiayaan Pensiunan & Pra Pensiunan</p> <p>Pembiayaan untuk berbagai kebutuhan konsumtif bagi para pensiunan dan pra-pensiunan</p>
<p>BSM Otto</p> <p>Pembiayaan kepemilikan mobil</p>	

bsm call 14040

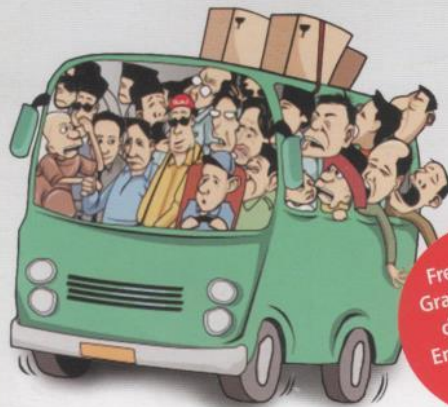
PT. Bank Syariah Mandiri adalah pelaku jasa keuangan terdaftar dan diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan

mandiri
syariah

Promo Ketupat Emas

butuh dana cepat menjelang lebaran?
biaya **super murah! 1 jam cair**

biaya mudik murah
mulai Rp3.800/periode *)
jaminan emas + ktp



Free Admin +
Gratis Sembako
dan Undian
Emas Batangan

ringan biayanya
nyaman layanannya

*) Syarat dan Ketentuan Berlaku

bsm
gadai emas

Untuk Peradaban Mulia

mandiri
syariah

www.syariahmandiri.co.id

9,75%
fix 2 th

PINDAHKAN

Pembiayaan rumah anda
ke BSM griya hijrah

KPR LAIN

Nikmati manfaat & nilai lebih

BIAYA ADMIN
DISKON 50 %

PREMI ASURANSI
DISKON 15 %

CICILAN TETAP
SAMPAI AKHIR

BSM GRIYA HIJRAH

Fasilitas Pembiayaan Bank Syariah Mandiri (BSM)

<p>Take Over</p> <p>Pembiayaan dengan mengalihkan angsuran dari bank lain ke BSM dengan berbagai benefit</p>	<p>PPR / KPR New</p> <p>Pembiayaan Kepemilikan Rumah baru dari developer atau pengembang perumahan</p>
<p>PPR 2nd</p> <p>Pembiayaan Kepemilikan Rumah second</p>	<p>Renovasi</p> <p>Pembiayaan untuk keperluan merenovasi rumah</p>
<p>Konstruksi</p> <p>Pembiayaan untuk membangun rumah di atas tanah hak milik</p>	<p>Kavling Siap Bangun</p> <p>Pembiayaan kepemilikan kavling siap bangun yang berlokasi di lingkungan perumahan developer</p>
<p>Alat Kedokteran</p> <p>Pembiayaan kepemilikan alat kedokteran</p>	<p>Pembiayaan Pensiunan & Pra Pensiunan</p> <p>Pembiayaan untuk berbagai kebutuhan konsumtif bagi para pensiunan dan pra-pensiunan</p>
<p>BSM Otto</p> <p>Pembiayaan kepemilikan mobil</p>	

bsm call 14040

PT. Bank Syariah Mandiri adalah pelaku jasa keuangan terdaftar dan diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan

Manfaatkan Emas Anda untuk mendapatkan Dana Mudah & Cepat

Manfaatkan emas Anda untuk mendapatkan dana dalam mengatasi kebutuhan biaya pendidikan, modal usaha, biaya pengobatan, penyelenggaraan hajatan dan kebutuhan lainnya.

Syarat dan Ketentuan:

- Pembiayaan: mulai dari Rp500 ribu.
- Jaminan: emas (perhiasan atau lantakan).
- Jangka waktu: 4 bulan dan dapat diperpanjang (gadai ulang).

Manfaat dan Kemudahan:

- Aman dan terjamin.
- Proses mudah dan cepat.
- Biaya pemeliharaan yang kompetitif.
- Terkoneksi dengan rekening tabungan.

Persyaratan:

- Kartu identitas nasabah.
- Jaminan berupa emas perhiasan atau lantakan.

Karakteristik:

- Berdasarkan prinsip syariah dengan akad *qardh* dalam angka *rahn* dan akad *ijarah*.
- Biaya administrasi dan asuransi barang jaminan dibayar pada saat pencairan.
- Biaya pemeliharaan dihitung per 15 hari dan dibayar pada saat pelunasan.
- Cukup dengan membayar biaya pemeliharaan dan administrasi bila s.d. 4 bulan belum dapat melunasi pinjaman.

Informasi lebih lanjut, kunjungi Bank Syariah Mandiri terdekat atau hubungi:

KC SEMARANG

Jl. Pandanaran No. 90 Kota Semarang
Telp. (024) 3568891 / 3568892 / 3568893
Fax. (024) 3568890
Ayu : 087731672277, Anik : 085640354567

bsm call 14040



Bank Syariah Mandiri



@syariahamandiri

www.syariahamandiri.co.id

TABEL ANGSRAN PEMBIAYAAN PEMILIKAN RUMAH (PPR) STEP UP DUA & TIGA TAHAP 2014 NON PKS
BANK SYARIAH MANDIRI - CFBC SEMARANG

No.	Plafond	Angsuran Jangka Waktu 10 Tahun						Angsuran Jangka Waktu 15 Tahun					
		2 Tingkat			3 Tingkat			2 Tingkat			3 Tingkat		
		Th 1-3	Th 4-10	Th 1-2	Th 3-5	Th 6-10	Th 1-3	Th 4-15	Th 1-2	Th 3-5	Th 6-15	Th 1-3	Th 4-15
1	100,000,000	1,349,350	1,647,049	1,349,350	1,543,121	1,647,661	1,105,399	1,431,739	1,105,399	1,279,530	1,447,103	1,105,399	1,431,739
2	150,000,000	2,024,025	2,470,573	2,024,025	2,314,682	2,471,491	1,658,098	2,147,609	1,658,098	1,919,296	2,170,654	1,658,098	2,147,609
3	200,000,000	2,698,700	3,294,098	2,698,700	3,086,243	3,295,322	2,210,798	2,863,478	2,210,798	2,559,061	2,894,205	2,210,798	2,863,478
4	250,000,000	3,373,375	4,117,622	3,373,375	3,857,803	4,119,152	2,763,497	3,579,348	2,763,497	3,198,826	3,617,757	2,763,497	3,579,348
5	300,000,000	4,048,050	4,941,147	4,048,050	4,629,364	4,942,982	3,316,197	4,295,217	3,316,197	3,838,591	4,341,308	3,316,197	4,295,217
6	350,000,000	4,722,725	5,764,671	4,722,725	5,400,925	5,766,813	3,868,896	5,011,087	3,868,896	4,478,356	5,064,860	3,868,896	5,011,087
7	400,000,000	5,397,400	6,588,196	5,397,400	6,172,486	6,590,643	4,421,596	5,726,956	4,421,596	5,118,122	5,788,411	4,421,596	5,726,956
8	450,000,000	6,072,075	7,411,720	6,072,075	6,944,046	7,414,473	4,974,295	6,442,826	4,974,295	5,757,887	6,511,962	4,974,295	6,442,826
9	500,000,000	6,746,750	8,235,244	6,746,750	7,715,607	8,238,304	5,526,995	7,158,695	5,526,995	6,397,652	7,235,514	5,526,995	7,158,695
10	550,000,000	7,421,425	9,058,769	7,421,425	8,487,168	9,062,134	6,079,694	7,874,565	6,079,694	7,037,417	7,959,065	6,079,694	7,874,565
11	600,000,000	8,096,100	9,882,293	8,096,100	9,258,728	9,885,965	6,632,394	8,590,434	6,632,394	7,677,182	8,682,616	6,632,394	8,590,434
12	650,000,000	8,770,775	10,705,818	8,770,775	10,030,289	10,709,795	7,185,093	9,306,304	7,185,093	8,316,948	9,406,168	7,185,093	9,306,304
13	700,000,000	9,445,450	11,529,342	9,445,450	10,801,850	11,533,625	7,737,792	10,022,173	7,737,792	8,956,713	10,129,719	7,737,792	10,022,173
14	750,000,000	10,120,125	12,352,867	10,120,125	11,573,410	12,357,456	8,290,492	10,738,043	8,290,492	9,596,478	10,853,271	8,290,492	10,738,043
15	800,000,000	10,794,800	13,176,391	10,794,800	12,344,971	13,181,286	8,843,191	11,453,912	8,843,191	10,236,243	11,576,822	8,843,191	11,453,912
16	850,000,000	11,469,475	13,999,915	11,469,475	13,116,532	14,005,116	9,395,891	12,169,782	9,395,891	10,876,008	12,300,373	9,395,891	12,169,782
17	900,000,000	12,144,150	14,823,440	12,144,150	13,888,093	14,828,947	9,948,590	12,885,051	9,948,590	11,515,774	13,023,925	9,948,590	12,885,051
18	950,000,000	12,818,825	15,646,954	12,818,825	14,659,653	15,652,777	10,501,290	13,601,521	10,501,290	12,155,539	13,747,476	10,501,290	13,601,521
19	1,000,000,000	13,493,500	16,470,499	13,493,500	15,431,214	16,476,608	11,053,989	14,317,390	11,053,989	12,795,304	14,471,027	11,053,989	14,317,390
20	1,050,000,000	14,168,175	17,294,013	14,168,175	16,202,775	17,300,438	11,606,689	15,033,260	11,606,689	13,435,069	15,194,579	11,606,689	15,033,260
21	1,100,000,000	14,842,850	18,117,538	14,842,850	16,974,335	18,124,268	12,159,388	15,749,130	12,159,388	14,074,834	15,918,130	12,159,388	15,749,130
22	1,150,000,000	15,517,525	18,941,062	15,517,525	17,745,896	18,948,099	12,712,088	16,464,999	12,712,088	14,714,500	16,641,682	12,712,088	16,464,999
23	1,200,000,000	16,192,200	19,764,587	16,192,200	18,517,457	19,771,929	13,264,787	17,180,869	13,264,787	15,354,365	17,365,233	13,264,787	17,180,869
24	1,250,000,000	16,866,875	20,588,111	16,866,875	19,289,017	20,595,759	13,817,487	17,896,738	13,817,487	15,994,130	18,088,784	13,817,487	17,896,738
25	1,300,000,000	17,541,550	21,411,635	17,541,550	20,060,578	21,419,590	14,370,186	18,612,608	14,370,186	16,633,895	18,812,336	14,370,186	18,612,608
Koefisien		0.0134935	0.016470489	0.0134935	0.015431214	0.016476608	0.011053989	0.01431739	0.011053989	0.012795304	0.014471027	0.011053989	0.01431739

ANGSURAN PER BULAN															
LIMIT KREDIT (Rp)	Jk. Wkt. (Bulan) 12	Jk. Wkt. (Bulan) 24	Jk. Wkt. (Bulan) 36	Jk. Wkt. (Bulan) 48	Jk. Wkt. (Bulan) 60	Jk. Wkt. (Bulan) 72	Jk. Wkt. (Bulan) 84	Jk. Wkt. (Bulan) 96	Jk. Wkt. (Bulan) 108	Jk. Wkt. (Bulan) 120	Jk. Wkt. (Bulan) 132	Jk. Wkt. (Bulan) 144	Jk. Wkt. (Bulan) 156	Jk. Wkt. (Bulan) 168	Jk. Wkt. (Bulan) 180
0,000,000	8,908,286	4,730,731	3,345,363	2,658,000	2,249,794	2,033,896	1,846,489	1,708,816	1,604,231	1,522,743	1,519,644	1,468,849	1,427,538	1,393,603	1,365,501
0,000,000	9,799,115	5,203,804	3,679,899	2,923,800	2,474,773	2,237,286	2,031,138	1,879,698	1,764,655	1,675,017	1,671,608	1,615,734	1,570,291	1,532,964	1,502,051
0,000,000	10,689,944	5,676,877	4,014,435	3,189,600	2,699,753	2,440,675	2,215,787	2,050,579	1,925,078	1,827,291	1,823,573	1,762,619	1,713,045	1,672,324	1,638,601
0,000,000	11,580,772	6,149,950	4,348,971	3,455,400	2,924,732	2,644,065	2,400,436	2,221,461	2,085,501	1,979,566	1,975,537	1,909,504	1,855,799	1,811,684	1,775,151
0,000,000	12,471,601	6,623,023	4,683,508	3,721,200	3,149,711	2,847,455	2,585,085	2,392,342	2,245,924	2,131,840	2,127,501	2,056,389	1,998,553	1,951,045	1,911,701
0,000,000	13,362,429	7,096,096	5,018,044	3,987,000	3,374,691	3,050,844	2,769,734	2,563,224	2,406,347	2,284,114	2,279,466	2,203,273	2,141,306	2,090,405	2,048,251
0,000,000	14,253,258	7,569,169	5,352,580	4,252,800	3,599,670	3,254,234	2,954,383	2,734,106	2,566,770	2,436,389	2,431,430	2,350,158	2,284,060	2,229,765	2,184,801
0,000,000	15,144,087	8,042,242	5,687,116	4,518,600	3,824,649	3,457,624	3,139,032	2,904,987	2,727,193	2,588,663	2,583,395	2,497,043	2,426,814	2,369,126	2,321,351
0,000,000	16,034,915	8,515,315	6,021,653	4,784,400	4,049,629	3,661,013	3,323,681	3,075,869	2,887,617	2,740,937	2,735,359	2,643,928	2,569,568	2,508,486	2,457,902
0,000,000	16,925,744	8,988,389	6,356,189	5,050,100	4,274,608	3,864,403	3,508,330	3,246,750	3,048,040	2,893,211	2,887,323	2,790,813	2,712,321	2,647,847	2,594,452
0,000,000	17,816,573	9,461,462	6,690,725	5,316,000	4,499,588	4,067,792	3,692,979	3,417,632	3,208,463	3,045,486	3,039,288	2,937,698	2,855,075	2,787,207	2,731,002
0,000,000	18,707,402	9,936,537	7,065,800	5,581,000	4,774,666	4,342,866	3,967,053	3,691,800	3,471,624	3,306,857	3,299,110	3,196,122	3,113,009	3,041,009	2,981,752
0,000,000	19,600,231	10,411,612	7,441,875	5,856,000	5,049,744	4,624,944	4,248,122	3,972,877	3,751,648	3,586,889	3,578,931	3,474,547	3,390,613	3,317,810	3,258,503
0,000,000	20,505,060	10,897,687	7,828,950	6,136,000	5,324,822	4,900,022	4,523,200	4,248,000	4,026,822	3,862,055	3,854,971	3,750,591	3,666,657	3,593,854	3,534,551
0,000,000	21,422,889	11,394,758	8,218,025	6,421,000	5,609,900	5,175,100	4,797,277	4,521,877	4,300,699	4,139,932	4,132,848	4,028,461	3,944,527	3,871,724	3,811,421
0,000,000	22,352,718	11,891,829	8,613,100	6,706,000	5,884,977	5,450,177	5,071,355	4,795,955	4,574,777	4,414,009	4,407,765	4,303,271	4,219,337	4,146,534	4,085,231
0,000,000	23,294,547	12,388,900	8,999,175	6,981,000	6,159,047	5,735,247	5,354,425	5,079,025	4,857,847	4,696,079	4,689,735	4,584,241	4,500,307	4,427,504	4,365,201
0,000,000	24,248,376	12,884,971	9,389,250	7,266,000	6,434,117	6,015,317	5,633,495	5,358,095	5,136,917	4,975,149	4,968,805	4,863,311	4,779,377	4,706,574	4,644,271
0,000,000	25,204,205	13,381,042	9,780,325	7,549,000	6,709,187	6,290,387	5,907,565	5,622,165	5,400,987	5,239,219	5,232,875	5,127,381	5,043,447	4,970,644	4,907,841
0,000,000	26,171,034	13,877,113	10,171,399	7,831,000	6,984,257	6,565,457	6,162,635	5,879,235	5,657,857	5,505,467	5,499,123	5,393,629	5,309,695	5,236,892	5,173,089
0,000,000	27,148,863	14,373,184	10,562,474	8,112,000	7,259,327	6,840,527	6,436,705	6,152,285	5,930,907	5,777,517	5,771,173	5,665,679	5,581,745	5,508,942	5,445,139
0,000,000	28,126,692	14,869,255	10,953,549	8,393,000	7,534,397	7,120,597	6,715,775	6,431,365	6,209,987	6,056,597	6,050,253	5,944,759	5,860,825	5,787,922	5,724,119
0,000,000	29,104,521	15,365,326	11,344,624	8,674,000	7,809,467	7,401,667	6,990,845	6,705,955	6,484,577	6,331,167	6,324,823	6,219,329	6,135,395	6,062,492	5,998,689
0,000,000	30,082,350	15,861,397	11,735,699	8,955,000	8,084,537	7,682,737	7,271,915	6,987,025	6,765,647	6,612,237	6,605,893	6,500,400	6,416,466	6,343,563	6,279,760
0,000,000	31,060,179	16,357,468	12,126,774	9,236,000	8,359,607	7,963,807	7,532,985	7,247,095	7,025,717	6,872,307	6,865,963	6,760,470	6,676,536	6,603,633	6,539,830
0,000,000	32,038,008	16,853,539	12,517,849	9,517,000	8,634,677	8,244,877	7,808,055	7,512,205	7,290,827	7,137,417	7,131,073	7,025,580	6,941,646	6,868,743	6,804,940
0,000,000	33,015,837	17,349,610	12,908,924	9,798,000	8,909,747	8,525,947	8,089,125	7,792,275	7,570,897	7,417,487	7,411,143	7,305,650	7,221,716	7,148,813	7,084,910
0,000,000	34,000,666	17,845,681	13,300,000	10,079,000	9,184,817	8,807,017	8,364,195	8,057,345	7,835,967	7,683,557	7,677,213	7,571,720	7,487,786	7,414,883	7,350,980
0,000,000	35,000,495	18,341,752	13,691,075	10,360,000	9,460,887	9,088,087	8,645,265	8,340,415	8,119,037	7,966,627	7,960,283	7,854,790	7,770,856	7,697,953	7,634,050
0,000,000	36,000,324	18,837,823	14,082,150	10,641,000	9,736,957	9,369,157	8,916,335	8,611,585	8,390,207	8,237,797	8,231,453	8,125,960	8,042,026	7,969,123	7,905,220
0,000,000	37,000,153	19,333,894	14,473,225	10,922,000	10,012,027	9,650,227	9,182,403	8,877,635	8,656,257	8,503,847	8,497,503	8,392,010	8,308,076	8,235,173	8,171,270
0,000,000	38,000,000	19,829,965	14,864,300	11,203,000	10,287,097	9,931,297	9,453,473	9,148,705	8,927,327	8,785,317	8,778,973	8,673,480	8,589,546	8,516,643	8,452,740
0,000,000	39,000,000	20,326,036	15,255,375	11,484,000	10,562,167	10,212,367	9,728,543	9,423,875	9,202,497	9,060,467	9,054,123	8,948,630	8,864,696	8,791,793	8,727,890
0,000,000	40,000,000	20,822,107	15,646,450	11,765,000	10,837,237	10,492,437	10,003,613	9,699,005	9,477,627	9,335,595	9,329,251	9,223,758	9,140,824	9,067,921	9,004,018
0,000,000	41,000,000	21,318,178	16,037,525	12,046,000	11,112,307	10,772,507	10,283,683	9,978,075	9,756,697	9,615,665	9,609,321	9,503,828	9,420,894	9,347,991	9,284,088
0,000,000	42,000,000	21,814,249	16,428,600	12,327,000	11,387,377	11,052,577	10,563,753	10,258,145	10,036,767	9,895,735	9,889,391	9,783,900	9,700,966	9,628,063	9,564,160
0,000,000	43,000,000	22,310,320	16,819,675	12,608,000	11,662,447	11,332,647	10,843,823	10,538,215	10,316,837	10,176,805	10,170,461	10,064,970	9,982,036	9,909,133	9,845,230
0,000,000	44,000,000	22,806,391	17,210,750	12,889,000	11,937,517	11,607,717	11,123,893	10,813,285	10,591,407	10,451,375	10,445,031	10,339,540	10,256,606	10,183,703	10,119,800
0,000,000	45,000,000	23,302,462	17,601,825	13,170,000	12,212,587	11,882,787	11,403,963	11,088,355	10,865,927	10,728,325	10,722,000	10,616,509	10,533,575	10,460,672	10,396,769
0,000,000	46,000,000	23,797,533	18,000,000	13,451,000	12,487,657	12,157,857	11,684,033	11,363,425	11,140,497	11,002,825	11,000,000	10,894,509	10,811,575	10,738,672	10,674,769
0,000,000	47,000,000	24,293,604	18,391,075	13,732,000	12,762,727	12,432,927	11,959,103	11,638,495	11,415,567	11,276,063	11,273,238	11,168,747	11,085,813	11,012,910	10,949,007
0,000,000	48,000,000	24,789,675	18,782,150	14,013,000	13,037,797	12,708,000	12,234,173	11,913,565	11,690,637	11,551,133	11,548,308	11,443,817	11,360,883	11,287,980	11,224,077
0,000,000	49,000,000	25,285,746	19,173,225	14,294,000	13,312,867	12,983,070	12,509,243	12,188,635	11,965,707	11,826,231	11,823,406	11,718,915	11,636,981	11,564,078	11,500,175
0,000,000	50,000,000	25,781,817	19,564,300	14,575,000	13,587,937	13,258,140	12,784,313	12,463,705	12,238,777	12,098,263	12,095,438	11,990,947	11,908,013	11,835,110	11,771,207
0,000,000	51,000,000	26,277,888	20,000,000	14,856,000	13,863,007	13,533,210	13,059,383	12,738,775	12,513,847	12,373,333	12,370,508	12,266,017	12,183,083	12,110,180	12,046,277
0,000,000	52,000,000	26,773,959	20,435,075	15,137,000	14,138,077	13,808,280	13,334,453	13,013,845	12,788,917	12,633,331	12,630,506	12,526,015	12,443,081	12,370,178	12,306,275
0,000,000	53,000,000	27,270,030	20,869,150	15,418,000	14,413,147	14,083,350	13,609,523	13,288,915	13,064,000	12,918,329	12,915,504	12,811,013	12,728,079	12,655,176	12,591,273
0,000,000	54,000,000	27,766,101	21,304,225	15,699,000	14,688,217	14,358,420	13,884,593	13,564,000	13,339,075	13,193,403	13,190,578	13,086,087	13,003,153	12,930,250	12,866,347
0,000,000	55,000,000	28,262,172	21,739,300	15,979,000	14,963,287	14,633,490	14,159,663	13,839,075	13,614,150	13,468,403	13,465,578	13,361,087	13,278,153	13,205,250	13,141,347
0,000,000	56,000,000	28,758,243	22,174,375	16,259,000	15,238,357	14,908,560	14,434,733	14,114,145	13,889,225	13,738,477	13,735,652	13,631,161	13,548,227	13,475,324	13,411,421
0,000,000	57,000,000	29,2													

Kantor Pusat
Jl. M.H. Thamrin No. 57 Jakarta 10340
Telp. (021) 2300509, Fax. (021) 39832989

Kantor Cabang

Banda Aceh

A. Dimpeng No. 10, Banda Aceh 23240
Telp. (0651) 22010, Fax. (0651) 22041

Simalungkar

Pondokan Suka Pungut Kay 150, 150
Telp. (0665) 21557, 21567, Fax. (0665) 21720

Langsa

A. Arsyad No. 28, 28, Kees Langsa
Telp. (0641) 44015, 21027, Fax. (0641) 43001

Medan

A. Roud, 600000, Medan 20110, Medan
Telp. (061) 4131400, 4131400, Fax. (061) 4017007

Sabit

A. Roud, 600000, Medan 20110, Medan
Telp. (061) 4131400, 4131400, Fax. (061) 4017007

Rantau Prapat

A. Roud, 600000, Medan 20110, Medan
Telp. (061) 4131400, 4131400, Fax. (061) 4017007

Padangsidempuan

A. Roud, 600000, Medan 20110, Medan
Telp. (061) 4131400, 4131400, Fax. (061) 4017007

Pematangsiantar

A. Roud, 600000, Medan 20110, Medan
Telp. (061) 4131400, 4131400, Fax. (061) 4017007

Pekalongan

A. Roud, 600000, Medan 20110, Medan
Telp. (061) 4131400, 4131400, Fax. (061) 4017007

Batam

A. Roud, 600000, Medan 20110, Medan
Telp. (061) 4131400, 4131400, Fax. (061) 4017007

Durian

A. Roud, 600000, Medan 20110, Medan
Telp. (061) 4131400, 4131400, Fax. (061) 4017007

Pudang

A. Roud, 600000, Medan 20110, Medan
Telp. (061) 4131400, 4131400, Fax. (061) 4017007

Bukittinggi

A. Roud, 600000, Medan 20110, Medan
Telp. (061) 4131400, 4131400, Fax. (061) 4017007

Jambi

A. Roud, 600000, Medan 20110, Medan
Telp. (061) 4131400, 4131400, Fax. (061) 4017007

Palembang

A. Roud, 600000, Medan 20110, Medan
Telp. (061) 4131400, 4131400, Fax. (061) 4017007

Bengkulu

A. Roud, 600000, Medan 20110, Medan
Telp. (061) 4131400, 4131400, Fax. (061) 4017007

Rendalampung

A. Roud, 600000, Medan 20110, Medan
Telp. (061) 4131400, 4131400, Fax. (061) 4017007

Jakarta - Hutanadhin

A. Roud, 600000, Medan 20110, Medan
Telp. (061) 4131400, 4131400, Fax. (061) 4017007

Jakarta - Mayestik

A. Roud, 600000, Medan 20110, Medan
Telp. (061) 4131400, 4131400, Fax. (061) 4017007

Jakarta - Warung Buncit

A. Roud, 600000, Medan 20110, Medan
Telp. (061) 4131400, 4131400, Fax. (061) 4017007

Jakarta - Pondok Indah

A. Roud, 600000, Medan 20110, Medan
Telp. (061) 4131400, 4131400, Fax. (061) 4017007

Jakarta - Thamrin

A. Roud, 600000, Medan 20110, Medan
Telp. (061) 4131400, 4131400, Fax. (061) 4017007

Jakarta - Tanjung Priuk

A. Roud, 600000, Medan 20110, Medan
Telp. (061) 4131400, 4131400, Fax. (061) 4017007

Jakarta - Selwerj

A. Roud, 600000, Medan 20110, Medan
Telp. (061) 4131400, 4131400, Fax. (061) 4017007

Jakarta - Rawamangun

A. Roud, 600000, Medan 20110, Medan
Telp. (061) 4131400, 4131400, Fax. (061) 4017007

Jakarta - Menes

A. Roud, 600000, Medan 20110, Medan
Telp. (061) 4131400, 4131400, Fax. (061) 4017007

Jakarta - Kelapa Gading

A. Roud, 600000, Medan 20110, Medan
Telp. (061) 4131400, 4131400, Fax. (061) 4017007

Bekasi

A. Roud, 600000, Medan 20110, Medan
Telp. (061) 4131400, 4131400, Fax. (061) 4017007

Bekasi - Kalibanteng

A. Roud, 600000, Medan 20110, Medan
Telp. (061) 4131400, 4131400, Fax. (061) 4017007

Bogor

A. Roud, 600000, Medan 20110, Medan
Telp. (061) 4131400, 4131400, Fax. (061) 4017007

Tangerang

A. Roud, 600000, Medan 20110, Medan
Telp. (061) 4131400, 4131400, Fax. (061) 4017007

Cilegon

A. Roud, 600000, Medan 20110, Medan
Telp. (061) 4131400, 4131400, Fax. (061) 4017007

Dupak

A. Roud, 600000, Medan 20110, Medan
Telp. (061) 4131400, 4131400, Fax. (061) 4017007

Bondong

A. Roud, 600000, Medan 20110, Medan
Telp. (061) 4131400, 4131400, Fax. (061) 4017007

Purwokerto

A. Roud, 600000, Medan 20110, Medan
Telp. (061) 4131400, 4131400, Fax. (061) 4017007

Trusmi

A. Roud, 600000, Medan 20110, Medan
Telp. (061) 4131400, 4131400, Fax. (061) 4017007

Cirebon

A. Roud, 600000, Medan 20110, Medan
Telp. (061) 4131400, 4131400, Fax. (061) 4017007

Semarang

A. Roud, 600000, Medan 20110, Medan
Telp. (061) 4131400, 4131400, Fax. (061) 4017007

Pekalongan

A. Roud, 600000, Medan 20110, Medan
Telp. (061) 4131400, 4131400, Fax. (061) 4017007

Solo

A. Roud, 600000, Medan 20110, Medan
Telp. (061) 4131400, 4131400, Fax. (061) 4017007

Yogyakarta

A. Roud, 600000, Medan 20110, Medan
Telp. (061) 4131400, 4131400, Fax. (061) 4017007

Parmakusan

A. Roud, 600000, Medan 20110, Medan
Telp. (061) 4131400, 4131400, Fax. (061) 4017007

Jember

A. Roud, 600000, Medan 20110, Medan
Telp. (061) 4131400, 4131400, Fax. (061) 4017007

Sarabaya

A. Roud, 600000, Medan 20110, Medan
Telp. (061) 4131400, 4131400, Fax. (061) 4017007

Matang

A. Roud, 600000, Medan 20110, Medan
Telp. (061) 4131400, 4131400, Fax. (061) 4017007

Nadi

A. Roud, 600000, Medan 20110, Medan
Telp. (061) 4131400, 4131400, Fax. (061) 4017007

Dempasar

A. Roud, 600000, Medan 20110, Medan
Telp. (061) 4131400, 4131400, Fax. (061) 4017007

Mataram

A. Roud, 600000, Medan 20110, Medan
Telp. (061) 4131400, 4131400, Fax. (061) 4017007

Pontianak

A. Roud, 600000, Medan 20110, Medan
Telp. (061) 4131400, 4131400, Fax. (061) 4017007

Banyuwangi

A. Roud, 600000, Medan 20110, Medan
Telp. (061) 4131400, 4131400, Fax. (061) 4017007

Samarinda

A. Roud, 600000, Medan 20110, Medan
Telp. (061) 4131400, 4131400, Fax. (061) 4017007

Balikpapan

A. Roud, 600000, Medan 20110, Medan
Telp. (061) 4131400, 4131400, Fax. (061) 4017007

Kuala Kelampayan

A. Roud, 600000, Medan 20110, Medan
Telp. (061) 4131400, 4131400, Fax. (061) 4017007

Makassar

A. Roud, 600000, Medan 20110, Medan
Telp. (061) 4131400, 4131400, Fax. (061) 4017007

Palu

A. Roud, 600000, Medan 20110, Medan
Telp. (061) 4131400, 4131400, Fax. (061) 4017007

Marud

A. Roud, 600000, Medan 20110, Medan
Telp. (061) 4131400, 4131400, Fax. (061) 4017007

Jayapura

A. Roud, 600000, Medan 20110, Medan
Telp. (061) 4131400, 4131400, Fax. (061) 4017007

Langsa

A. Roud, 600000, Medan 20110, Medan
Telp. (061) 4131400, 4131400, Fax. (061) 4017007

Tanjung Pening

A. Roud, 600000, Medan 20110, Medan
Telp. (061) 4131400, 4131400, Fax. (061) 4017007

Banyuwangi

A. Roud, 600000, Medan 20110, Medan
Telp. (061) 4131400, 4131400, Fax. (061) 4017007

Purwokerto

A. Roud, 600000, Medan 20110, Medan
Telp. (061) 4131400, 4131400, Fax. (061) 4017007

Pangkal Pinang

A. Roud, 600000, Medan 20110, Medan
Telp. (061) 4131400, 4131400, Fax. (061) 4017007

Dempasar

A. Roud, 600000, Medan 20110, Medan
Telp. (061) 4131400, 4131400, Fax. (061) 4017007

Gorontalo

A. Roud, 600000, Medan 20110, Medan
Telp. (061) 4131400, 4131400, Fax. (061) 4017007

Samar

A. Roud, 600000, Medan 20110, Medan
Telp. (061) 4131400, 4131400, Fax. (061) 4017007

Matang

A. Roud, 600000, Medan 20110, Medan
Telp. (061) 4131400, 4131400, Fax. (061) 4017007

Nadi

A. Roud, 600000, Medan 20110, Medan
Telp. (061) 4131400, 4131400, Fax. (061) 4017007

Dempasar

A. Roud, 600000, Medan 20110, Medan
Telp. (061) 4131400, 4131400, Fax. (061) 4017007

bsm
produk dana & jasa



layanan syariah
untuk seluruh
kebutuhan finansial anda



syariah mandiri call (021) 5299 7755

Lebih Adil dan Memastikan

mandiri
syariah

Bank Syariah Mandiri Syariah Mandiri
www.syariahamandiri.co.id



Sarana penyimpanan dana dalam mata uang Rupiah untuk memudahkan transaksi dengan pengelolaan berdasarkan prinsip *wadiah yad dhamanah*.

Manfaat:

- Dana aman dan tersedia setiap saat.
- Kemudahan transaksi dengan menggunakan cek atau B/G.
- Fasilitas *Intercity Clearing* untuk kecepatan bayar inkaso (kliring antar wilayah).
- Fasilitas BSM Card, sebagai kartu ATM sekaligus debit (untuk perorangan).
- Fasilitas pengiriman *account statement* setiap awal bulan.
- Bonus bulanan yang diberikan sesuai dengan kebijakan BSM.

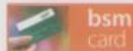
Persyaratan:

- Perorangan: KTP/SIM/Paspor nasabah.
- Perusahaan: KTP Pengurus, Akte Pendirian, SIUP & NPWP.

Karakteristik:

- Berdasarkan prinsip syariah dengan akad *wadiah yad dhamanah*.
- Setoran Awal minimum Rp500.000 (perorangan) dan Rp1.000.000 (perusahaan).
- Saldo minimum Rp500.000 (perorangan) dan Rp1.000.000 (perusahaan).
- Biaya administrasi bulanan untuk perorangan Rp10.000, sedangkan untuk perusahaan Rp15.000.
- Biaya tutup rekening Rp30.000.
- Biaya administrasi buku cek/BG Rp100.000.

BSM juga menyediakan produk *bsm giro US Dollar, Sin Dollar & Euro*.



Kartu yang dapat dipergunakan untuk transaksi perbankan melalui ATM dan mesin debit (EDC/Electronic Data Capture).

Manfaat:

- Kemudahan tarik tunai di seluruh ATM BSM, ATM Mandiri, ATM BCA, ATM Bersama dan ATM Prima.
- Kemudahan berbelanja di lebih dari 20.000 merchant yang menyediakan mesin mesin EDC Prima BCA & EDC Mandiri, antara lain: Carrefour, Giant, Hypermart, Toko Buku Gramedia, Alfamart, Indomaret, Rumah Sakit Ibu & Anak Hermina, Apotik Kimia Farma, SPBU (Stasiun Pengisian Bahan Bakar Umum).
- Program diskon di merchant-merchant tertentu.



Layanan transaksi perbankan (non tunai) melalui mobile phone (*handphone*) berbasis GPRS.

Manfaat:

- Kenyamanan bertransaksi kapan saja dan di mana saja.
- Kemudahan melakukan transaksi seperti layaknya di ATM.
- Biaya pulsa paling murah, kurang dari Rp50 per transaksi.
- Dapat diaplikasikan pada semua jenis SIM Card & ponsel yang menggunakan teknologi GPRS.
- Dilengkapi fitur spesial transfer *real time* ke 83 bank dan transfer ke bukan pemegang rekening.

Fasilitas/Fitur:

- Transfer antar rekening di BSM dan transfer rekening antar bank SKN.
- Transfer *real time* ke rekening di bank anggota ATM Bersama dan Prima.
- Transfer Uang Tunai (transfer ke bukan pemegang rekening).
- Pembelian pulsa.
- Pembayaran premi asuransi dan zakat.
- Informasi saldo, mutasi dan sebagainya.

Syarat Mendapatkan Layanan BSM MBG:

- Memiliki rekening Tabungan atau BSM Giro.
- Memiliki BSM Card yang masih aktif.
- Menggunakan ponsel berfasilitas GPRS.
- Mengisi formulir permohonan BSM MBG.



Layanan transaksi perbankan (non tunai) melalui Internet.

Manfaat:

- Kenyamanan bertransaksi kapan saja dan di mana saja.
- Dapat mengelola sendiri transaksi keuangan.
- Pengamanan berlapis untuk setiap transaksi yang dilakukan di BSM Net Banking.
- Dilengkapi fitur spesial transfer *real time* ke 83 bank dan transfer ke bukan pemegang rekening.

Fasilitas/Fitur:

- Transfer *real time* ke rekening di bank anggota ATM Bersama dan Prima.
- Transfer Uang Tunai (transfer ke bukan pemegang rekening).
- Transfer ke bank lain (kliring, RTGS).
- Pembayaran tagihan (telpun, listrik, dll)*.
- Pembelian pulsa.
- Informasi saldo dan data rekening nasabah serta cetak data mutasi transaksi.

* dalam pengembangan

Proses Pendaftaran:

- Mengisi data pribadi pada aplikasi permohonan fasilitas BSM Net Banking.
- Menerima PIN Moller yang berisi *key code* (user ID, password, PIN Otorisasi & TAN).
- Menandatangani lembar tanda terima PIN moller *key code*, dan menyerahkan kembali ke Customer Service untuk proses aktivasi.

Biaya Transaksi Layanan:

No.	Jenis Transaksi Layanan	Biaya (Rp)
1.	Administrasi bulanan nasabah perorangan	2.500
2.	Administrasi bulanan nasabah perusahaan	10.000
3.	Cetak <i>key code</i> (nasabah baru) dan <i>reissue</i> TAN	Gratis
4.	<i>Reissue</i> User ID, password dan PIN Otorisasi	3.000
5.	Biaya transfer/pindah buku antar rekening BSM	500
6.	Biaya transfer antar bank	5.000
7.	Biaya Transfer Uang Tunai	35.000

Informasi selengkapnya hubungi Bank Syariah Mandiri terdekat, atau
mandiri syariah call (021) 5299 7755, atau
www.syariahamandiri.co.id

tabungan bsm

Tabungan dalam mata uang rupiah yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat selama jam buka kas di konter BSM atau melalui ATM.

Manfaat:

- Aman dan terjamin.
- Online di seluruh outlet BSM.
- Bagi hasil yang kompetitif.
- Fasilitas BSM Card yang berfungsi sebagai kartu ATM & debit.
- Fasilitas e-Banking, yaitu BSM Mobile Banking & BSM Net Banking.
- Kemudahan dalam penyaluran zakat, infiq dan sedekah.

Persyaratan: Kartu identitas (KTP/SIM/Paspor) nasabah.

Karakteristik:

- Berdasarkan prinsip syariah dengan akad *mudharabah muthlaqah*.
- Minimum setoran awal: Rp80.000.
- Minimum setoran berikutnya: Rp10.000.
- Saldo minimum: Rp50.000.
- Biaya tutup rekening: Rp20.000.
- Biaya administrasi/bulan: Rp6.000.

Contoh Perhitungan:

Saldo rata-rata tabungan Pak Saman bulan Agustus 2008 adalah Rp1 juta. Perbandingan bagi hasil (nasabah) antara Bank dan Nasabah adalah 66:34. Bila saldo rata-rata tabungan adalah sebesar Rp1 juta, Agustus 2008 adalah Rp20 milyar dan pendapatan Bank yang dialokasikan untuk nasabah tabungan adalah Rp2 milyar maka bagi hasil yang diperoleh Pak Saman adalah:

$$\frac{Rp1.000.000}{Rp1.000.000.000} \times Rp2.000.000.000 \times 34\% = Rp29.143 \text{ (sebelum dipotong pajak)}$$

$$\frac{Rp1.000.000.000}{Rp1.000.000.000} \times Rp2.000.000.000 \times 66\% = Rp130.857 \text{ (sebelum dipotong pajak)}$$

bsm tabungan tabung

Tabungan dalam mata uang rupiah untuk membantu pelaksanaan ibadah haji dan umrah.

Manfaat:

- Aman dan terjamin.
- Fasilitas talangan haji untuk kemudahan mendapatkan porsi haji.
- Online dengan Siskohat Departemen Agama untuk kemudahan pendaftaran haji.

Persyaratan: Kartu identitas (KTP/SIM/Paspor) nasabah.

Karakteristik:

- Berdasarkan prinsip syariah dengan akad *mudharabah muthlaqah*.
- Tidak dapat dicairkan kecuali untuk keperluan Biaya Penyelenggaraan Ibadah Haji/Umrah (BPIH).
- Setoran awal minimal Rp500.000.
- Setoran selanjutnya minimal Rp100.000.
- Saldo minimal untuk didaftarkan ke SISKOHAT adalah Rp25.500.000 atau sesuai ketentuan dari Departemen Agama.
- Biaya penutupan rekening karena batal Rp25.000.

bsm tabungan investa cendekia

Tabungan berjangka untuk keperluan uang pendidikan dengan jumlah setoran bulanan tetap (installment) dan dilengkapi dengan perlindungan asuransi.

Manfaat Tabungan:

- Bagi hasil yang kompetitif.
- Kemudahan perencanaan keuangan masa depan, khususnya pendidikan putra/i.
- Perlindungan asuransi secara otomatis, tanpa pemeriksaan kesehatan.

Manfaat Asuransi:

Tahun Pertama Kepesertaan	Tahun Kedua dan Selanjutnya
<ul style="list-style-type: none"> • Setoran manfaat asuransi sebesar 10% setoran bulanan. • Pembayaran (sisa setoran bulanan) untuk masa yang belum dibayar. 	<ul style="list-style-type: none"> • Setoran manfaat asuransi sebesar 10% setoran bulanan. • Pembayaran (sisa setoran bulanan) untuk masa yang belum dibayar.

Ketentuan premi asuransi:

- Premi asuransi akan dibeban secara otomatis dari setoran bulanan tabungan.
- Premi asuransi ditentukan berdasarkan periode produk:

Jangka waktu menabung	Besarnya premi
1 - 5 tahun	2,50%
6 - 10 tahun	3,75%
11 - 15 tahun	5,00%
16 - 20 tahun	6,50%

Ilustrasi Setoran Manfaat Asuransi:

Jangka Waktu Menabung	Tegak Roker	Setoran Tunai	Sisa Setoran Bulanan	Total Setoran Manfaat Asuransi
11 Tahun	Bulan Ke-10	10% setoran bulanan	122	172 x sisa setoran bulanan
20 Tahun	Bulan Ke-19	10% setoran bulanan	227	327 x sisa setoran bulanan

Setoran bulanan yang diterbitkan oleh asuransi dapat dikurangkan untuk biaya di depan (bungsum).

Persyaratan:

- Kartu identitas (KTP/SIM/Paspor) nasabah.
- Memiliki Tabungan BSM sebagai rekening asal (source account).

Karakteristik:

- Berdasarkan prinsip syariah *mudharabah muthlaqah*.
- Periode tabungan 1 s.d. 20 tahun.
- Usia nasabah minimal 17 tahun dan maksimal 55 tahun usia masuk ditambah periode kontrak sama atau tidak melebihi 60 tahun.
- Setoran bulanan minimal Rp100.000 s.d. Rp4.000.000.
- Jumlah setoran bulanan dan periode tabungan tidak dapat diubah.
- Penarikan sebagian saldo diperbolehkan, dengan saldo minimal Rp1.000.000.

Contoh Perhitungan:

Tanya: Saat ini Sabrina, anak saya, berumur 2 tahun. Empat tahun lagi ia akan masuk SD. Berapa dana yang harus saya tabung setiap bulan untuk biaya kelua ia masuk SD?

Jawab: Jika saat ini biaya masuk SD sekitar Rp8 juta dan asumsi kenaikan biaya pendidikan adalah 20% /tahun, maka dana yang diperlukan untuk masuk SD 4 tahun lagi adalah:

$$Rp8.000.000 \times (1,2)^4 = Rp15.588.800$$

Jika setiap bulan dana yang harus ditabung adalah Rp15.588.800 : 48 bulan = Rp324.766 (bagi hasil disamping).

bsm tabungan berencana

Tabungan berjangka yang memberikan risiko bagi hasil berjangka serta kepastian pencapaian target dana yang telah ditetapkan.

Manfaat Tabungan:

- Bagi hasil yang kompetitif.
- Kemudahan perencanaan keuangan nasabah jangka panjang.
- Perlindungan asuransi secara gratis & otomatis, tanpa pemeriksaan kesehatan.
- Jaminan pencapaian target dana.

Manfaat Asuransi:

- Setoran tunai berfungsi untuk memenuhi kebutuhan target dana, sehingga manfaat asuransi dihitung dengan cara: Target dana - Saldo saat klaim

Persyaratan:

- Kartu identitas (KTP/SIM/Paspor) nasabah.
- Memiliki Tabungan BSM sebagai rekening asal (source account).

Karakteristik:

- Berdasarkan prinsip syariah *mudharabah muthlaqah*.
- Periode tabungan 1 s.d. 10 tahun.
- Usia nasabah minimal 18 tahun dan maksimal 60 tahun saat jatuh tempo.
- Setoran bulanan minimal Rp100 ribu.
- Target dana minimal Rp1.200.000 dan maksimal Rp200 juta.
- Jumlah setoran bulanan dan periode tabungan tidak dapat diubah.
- Tidak dapat menerima setoran di luar setoran bulanan.
- Saldo tabungan tidak bisa ditarik. Apabila ditutup sebelum jatuh tempo (akhir masa kontrak) akan dikenakan biaya administrasi.

bsm tabungan simpatik

Tabungan berdasarkan prinsip wadiah yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat berdasarkan syarat-syarat yang disepakati.

Manfaat:

- Aman dan terjamin.
- Online di seluruh outlet BSM.
- Bonus bulanan yang diberikan sesuai dengan kebijakan BSM.
- Fasilitas BSM Card yang berfungsi sebagai kartu ATM & debit.
- Fasilitas e-Banking, yaitu BSM Mobile Banking & BSM Net Banking.
- Penyaluran zakat, infiq dan sedekah.

Persyaratan: Kartu identitas (KTP/SIM/Paspor) nasabah.

Karakteristik:

- Berdasarkan prinsip syariah dengan akad Wadiah.
- Setoran awal minimal Rp20.000 (tanpa ATM) & Rp30.000 (dengan ATM).
- Setoran berikutnya minimal Rp10.000.
- Saldo minimal Rp20.000.
- Biaya tutup rekening Rp10.000.
- Biaya administrasi Rp2.000 per rekening per bulan atau sebesar bonus bulanan (tidak mengurangi saldo minimal).

BSM juga menyediakan produk bsm tabungan dollar & bsm tabungan kurban.

tabunganku

Tabunganku merupakan tabungan untuk perorangan dengan persyaratan mudah dan ringan yang diterbitkan secara bersama oleh bank-bank di Indonesia guna menumbuhkan budaya menabung dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Manfaat:

- Aman dan terjamin dan online di seluruh outlet BSM.
- Bonus wadiah diberikan sesuai kebijakan bank.

Fasilitas:

- Fasilitas Kartu Tabunganku, berfungsi sebagai kartu ATM & debit.
- Fasilitas e-Banking, yaitu BSM Mobile Banking & BSM Net Banking.
- Kemudahan dalam penyaluran zakat, infiq dan sedekah.

Persyaratan: Kartu identitas (KTP/SIM/Paspor) nasabah.

Karakteristik:

- Berdasar prinsip syariah dengan akad wadiah *yad dhamanah*.
- Bebas biaya administrasi rekening.
- Biaya pemeliharaan Kartu Tabunganku Rp2.000. (bila ada).
- Setoran awal minimum Rp20.000, dan setoran selanjutnya minimum Rp10.000.
- Saldo minimum rekening (setelah penarikan) Rp20.000.
- Biaya penutupan rekening atas permintaan nasabah Rp20.000.
- Jumlah minimum penarikan di counter Rp100.000 kecuali saat tutup rekening.
- Rekening dorman tidak ada transaksi selama 6 bulan berturut-turut:
 - Biaya penalti Rp2.000 per bulan.
 - Apabila saldo rekening mencapai < Rp20.000, maka rekening akan ditutup oleh sistem dengan biaya penutupan rekening sebesar sisa saldo.

bsm deposito

Investasi berjangka waktu tertentu dalam mata uang rupiah yang dikelola berdasarkan prinsip *mudharabah muthlaqah*.

Manfaat:

- Dana aman dan terjamin dan dikelola secara syariah.
- Bagi hasil yang kompetitif dan dapat dijadikan jaminan pembiayaan.
- Fasilitas Automatic Roll Over (ARO).

Persyaratan:

- Perorangan: KTP/SIM/Paspor nasabah.
- Perusahaan: KTP Pengurus, Akte Pendirian, SIUP & NPWP.

Karakteristik:

- Jangka waktu yang fleksibel: 1, 3, 6 dan 12 bulan.
- Dicairkan pada saat jatuh tempo.
- Setoran awal minimum Rp2.000.000.
- Biaya Material Rp6.000.

Contoh Perhitungan Bagi Hasil:

Deposito Ibu Fitri Rp10 juta berjangka waktu 1 bulan. Perbandingan risiko bank dan nasabah adalah 40:60. Total saldo semua deposito (1 bulan) adalah Rp200 milyar dan bagi hasil yang dibagikan adalah Rp2 milyar. Bagi hasil yang diterima Ibu Fitri adalah:

$$\frac{Rp10.000.000}{Rp1.000.000.000} \times 52\% = Rp78.000 \text{ (sebelum dipotong pajak)}$$

$$\frac{Rp200.000.000.000}{Rp1.000.000.000.000} \times 60\% = Rp12.000.000.000$$

BSM juga menyediakan produk bsm deposito dollar.

Tentang AXA Mandiri

PT AXA Mandiri Financial Services (AXA Mandiri) merupakan perusahaan patungan antara PT Bank Mandiri (Persero) Tbk dan AXA Group, yang berdiri pada tahun 2003. PT AXA Mandiri Financial Services merupakan perusahaan yang terdaftar dan diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) berdasar Surat Ijin Usaha no. S-071/MK.6/2004 tanggal 11 Februari 2004. AXA Mandiri mampu mempertahankan posisinya sebagai pemimpin di jalur distribusi *bancassurance* dengan menguasai 26,9 persen pangsa pasar berdasarkan data Asosiasi Asuransi Jiwa Indonesia pada Desember 2013. AXA Mandiri didukung oleh lebih dari 1.800 Financial Advisor di lebih dari 1.810 cabang Bank Mandiri dan 200 cabang Bank Syariah Mandiri di seluruh Indonesia. AXA Mandiri juga didukung oleh lebih dari 500 Telesales Officer yang memasarkan produk asuransi melalui jalur telemarketing.

AXA Mandiri telah meraih sejumlah penghargaan di antaranya *Annual Report Award* 2012 peringkat 2 kategori *Finance Private Non Listed Company* versi Otoritas Jasa Keuangan (OJK), *Top Agent Award* 2013 kategori Telemarketing versi Asosiasi Asuransi Jiwa Indonesia (AAJI), *Best Insurance Companies* 2014 kategori perusahaan asuransi dengan aset di atas Rp 15 triliun versi Majalah Investor dan berbagai penghargaan lainnya.

www.axa-mandiri.co.id



nikmatnya hidup
tenteram penuh
keberkahan



Customer Care Centre

AXA Tower Lt. GF
Jl. Prof. Dr. Satrio Kav. 18, Kuningan City
Jakarta 12940, Indonesia
Tel : +62 21 3005 8788
Fax : +62 21 3005 7800
Email: customer@axa-mandiri.co.id

Head Office

AXA Tower Lt. 9
Jl. Prof. Dr. Satrio Kav. 18, Kuningan City
Jakarta 12940, Indonesia
Tel : +62 21 3005 8888
Fax: +62 21 3005 8500



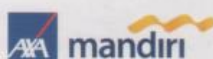
www.axa-mandiri.co.id/life



AXA Mandiri Financial Services



@AXA_Mandiri



asuransi mandiri rencana sejahtera
syariah plus

Hubungi Financial Advisor AXA Mandiri
Di cabang - cabang Bank Mandiri dan Bank Syariah Mandiri terdekat.

Customer Care Centre 021-3005 8788

Alokasi Investasi

Tahun	Alokasi Investasi	Biaya atas Kontribusi
1	20%	80%
2	40%	60%
3	70%	30%
4	80%	20%
5	90%	10%

Biaya Produk

Asuransi Mandiri Rencana Sejahtera Syariah Plus

Polis akan dikenakan biaya sebagai berikut:

- Biaya atas kontribusi adalah persentase tertentu yang dikenakan saat pembayaran premi, besarnya sesuai tabel di atas.
- Biaya selisih harga jual dan harga beli unit dana investasi sebesar 5%.
- Biaya pertanggungan/mortalita/asuransi ditentukan berdasarkan usia, jenis kelamin, uang pertanggungan dan risiko-risiko lainnya yang berhubungan dengan Tertanggung dan pertanggungan asuransi tambahan (jika ada).
- Biaya administrasi sebesar Rp35.000/US\$3,5 yang akan dipotong setiap bulan dari nilai investasi.
- Biaya pengalihan dana investasi (*switching*) sebesar 0,5% dari dana yang dialihkan.
- Biaya pengelolaan risiko dikenakan atas pengelolaan Dana Tabarru' dan dipotong setiap bulan dari Dana Tabarru' Peserta.
- Penarikan dana dan pembatalan polis (*surrender*) tidak dikenakan biaya.

Keunggulan Produk

Asuransi Mandiri Rencana Sejahtera Syariah Plus

- Masa perlindungan asuransi jiwa hingga usia 100 tahun.
- Fleksibilitas dalam menentukan uang pertanggungan untuk perlindungan yang maksimal.
- Fleksibilitas dalam mengambil uang pertanggungan sesuai dengan kebutuhan.
- Fleksibilitas dalam menambahkan Perlindungan Asuransi Tambahan (*Rider*) sesuai kebutuhan.
- Fleksibilitas dalam menambahkan Kontribusi Investasi Tambahan (*Top Up*).
- Pilihan jenis Dana Investasi yang sesuai dengan profil risiko Anda.
- Bebas melakukan penarikan dan penambahan serta pemindahan Kontribusi setiap saat.
- Anda dapat memilih cara pembayaran secara bulanan, triwulanan, semesteran, atau tahunan.

Produk asuransi **mandiri** rencana sejahtera syariah plus telah mendapatkan persetujuan dari Dewan Pengawas Syariah AXA Mandiri yang ditunjuk oleh Dewan Syariah Nasional – Majelis Ulama Indonesia (MUI).

Perhatian

- Brosur penjualan Asuransi Mandiri Rencana Sejahtera Syariah Plus ("brosur") ini dibuat dan dipersiapkan oleh PT AXA Mandiri Financial Services ("AXA Mandiri"). Brosur ini dipergunakan sebagai informasi bagi Nasabah mengenai Produk Asuransi Mandiri Rencana Sejahtera Syariah Plus ("Produk Asuransi").
- Asuransi Mandiri Rencana Sejahtera Syariah Plus terdaftar pada Otoritas Jasa keuangan (OJK).
- Brosur ini bukan merupakan produk bank dan dibuat hanya memberikan informasi dan bukan merupakan suatu bentuk jaminan atau dijadikan dasar dari atau yang dapat dijadikan pedoman sehubungan dengan suatu perjanjian atau komitmen apapun.
- Brosur ini bukan merupakan bagian dari Polis Asuransi Mandiri Rencana Sejahtera Syariah Plus ("Polis Asuransi") dan bukan suatu bentuk perjanjian asuransi antara AXA Mandiri dengan Nasabah. Nasabah terikat secara penuh dengan setiap ketentuan-ketentuan yang terdapat di dalam Polis Asuransi Nasabah.
- Nilai investasi adalah nilai unit dengan menggunakan harga beli unit pada hari berikutnya. Harga unit dapat berubah sewaktu-waktu. Harga ini tergantung pada kinerja dana investasi yang dipilih dan tergantung pada risiko investasi.
- Kinerja dana investasi dari masa lalu bukan merupakan indikasi atau gambaran hasil investasi di masa yang akan datang.
- Hasil investasi Pemegang Polis tidak dijamin. Semua risiko, kerugian, sekuritas, dan manfaat yang dihasilkan dari investasi akan sepenuhnya menjadi tanggung jawab Pemegang Polis. Karena itu, calon pembeli diwajibkan untuk membaca dan memahami ketentuan dalam brosur dan proposal sebelum melakukan dan melakukan pemilihan investasi.
- Brosur ini merupakan Hak Cipta Tunggal dan dilindungi, oleh karenanya tidak satu bagian pun dari materi ini boleh disalin atau disebarluaskan, dikirimkan, dihaluskan, disimpan pada sistem pencarian, diterjemahkan dalam bentuk atau lewat cara apapun untuk diungkapkan kepada Pihak lain, tanpa ijin tertulis dari AXA Mandiri.
- Semua Pihak yang membaca dan menggunakan Brosur ini agar memperhatikan syarat-syarat penggunaan yang berlaku dan dengan membaca Brosur ini maka Pembaca telah sepakat untuk mematuhi syarat-syarat yang ditetapkan tersebut. Apabila terdapat pertanyaan, keluhan atau informasi lanjutan, Nasabah dapat menghubungi AXA Mandiri Customer Care Centre.
- AXA Mandiri merupakan perusahaan asuransi yang terdaftar dan diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan sesuai dengan Ijin Usaha Menteri berdasarkan surat keputusan No. S-071/MK.06/2004 tanggal 11 Februari 2004.
- Penting: Financial Advisor tidak diperbolehkan menerima tanda terima kasih atau pemberian dalam bentuk apapun dari nasabah.

asuransi **mandiri** rencana sejahtera *syariah* plus

Perencanaan masa depan yang baik merupakan kunci untuk menikmati kehidupan yang tenteram.

Asuransi **mandiri** rencana sejahtera *syariah* plus membantu memastikan perencanaan masa depan Anda terbebas dari ketidakpastian (*gharar*), perjudian, riba, suap, barang haram dan maksiat.

Asuransi **mandiri** rencana sejahtera *syariah* plus memastikan Anda dapat mewujudkan kehidupan yang mulus di masa depan.

Persyaratan Peserta

Asuransi **mandiri** rencana sejahtera *syariah* plus terbuka bagi pria dan wanita, serta anak - anak mulai dari usia 0 tahun hingga 60 tahun.

Manfaat

- Santunan meninggal dunia sebesar 100% Uang Pertanggungan plus Nilai Investasi.
- Hasil investasi optimal sesuai dengan jenis Dana Investasi pilihan Anda.

Pilihan Dana Investasi

Attractive Money Syariah Rupiah

- Bertujuan untuk memberikan tingkat pengembalian investasi jangka menengah hingga panjang yang tinggi melalui penempatan pada instrumen Saham Syariah dan Pasar Uang Syariah.
- Ditujukan bagi Pemegang Polis yang memiliki profil risiko tinggi.

Amanah Equity Syariah Rupiah

- Bertujuan untuk memberikan tingkat pengembalian investasi jangka menengah hingga panjang yang tinggi melalui penempatan pada instrumen Saham Syariah dan Pasar Uang Syariah.
- Ditujukan bagi Pemegang Polis yang memiliki profil risiko tinggi.

Active Money Syariah Rupiah

- Bertujuan untuk memberikan tingkat pengembalian investasi jangka menengah dan jangka panjang yang lebih tinggi melalui penempatan pada instrumen Sukuk, Saham, dan Pasar Uang Syariah.
- Ditujukan bagi Pemegang Polis yang memiliki profil risiko rendah hingga menengah.
- Besarnya Nilai Investasi tergantung pada kinerja investasi dan faktor-faktor lain yang mempengaruhinya.

Advanced Commodity Syariah

- Bertujuan untuk memberikan potensi tingkat pengembalian investasi jangka menengah hingga panjang yang tinggi melalui penempatan pada instrumen Saham sektor komoditas (dan yang terkait dengan komoditas) yang berbasis Syariah dan Pasar Uang Syariah.
- Ditujukan bagi Pemegang Polis yang memiliki profil risiko tinggi.

ilustrasi



Surplus Underwriting

Jika memenuhi persyaratan, Pemegang Polis asuransi **mandiri** rencana sejahtera *syariah* plus berhak untuk mendapat pembagian Surplus Underwriting yang dihitung dari Dana Tabarru' Peserta.

Skema pembagian Surplus Underwriting

30% menjadi hak Anda sebagai Pemegang Polis asuransi **mandiri** rencana sejahtera *syariah* plus yang akan dikembalikan dalam bentuk unit.

- 50% dikembalikan ke dalam Dana Tabarru'.
- 20% menjadi hak AXA Mandiri.

Risiko Investasi

- Risiko likuiditas.
- Risiko ekonomi dan perubahan politik.
- Risiko kinerja manajer investasi.

kontribusi Top Up Reguler/tahun
3.000.000,-

NGGA USIA 100 TAHUN
apapun sebesar Rp 350 JUTA (UP Dasar)

Ribu per hari

AKHIR
PERTANGGUNGAN
NILAI INVESTASI
RP 6,612 MILIAR*

60 TAHUN
NILAI INVESTASI
1,870 MILIAR*



* Mengikuti ketentuan pada produk asuransi mandiri rencana sejahtera syariah plus dengan asumsi tingkat pengembalian hasil investasi 14% per tahun

Informasi Produk Unit Link

Asuransi Mandiri Rencana Sejahtera Syariah Plus

- Kontribusi yang Anda setor, sebagian akan dialokasikan dan dihitung ke dalam unit sesuai dengan Harga Jual Unit yang berlaku saat itu.
- Harga Unit terdiri dari Harga Jual Unit dan Harga Beli Unit. Selisih antara Harga Jual Unit dan Harga Beli Unit adalah sebesar 5%.
- Harga Unit akan dihitung secara harian.
- Nilai Investasi adalah nilai unit dengan menggunakan harga beli unit pada hari berikutnya. Harga unit dapat berubah sewaktu-waktu. Harga ini tergantung pada kinerja investasi yang dipilih dan tergantung pada risiko investasi.
- Pembebanan Iuran Tabarru' (Produk Dasar dan Asuransi Tambahan) dan biaya administrasi dipotong dari unit saldo Anda.
- Iuran Tabarru' dipotong secara bulanan berdasarkan usia, jenis kelamin, status merokok, kelas pekerjaan dan jumlah Uang Pertanggungan.

Kinerja Investasi

Asuransi Mandiri Rencana Sejahtera Syariah Plus*



* - Kinerja dana investasi dari masa lalu bukan merupakan indikasi di masa yang akan datang.

- Hasil investasi Pemegang Polis tidak dijamin. Semua risiko, kerugian dan manfaat yang dihasilkan dari investasi akan sepenuhnya menjadi tanggung jawab Pemegang Polis. Karena itu, calon pembeli diwajibkan untuk membaca dan memahami ketentuan dalam brosur dan proposal sebelum melakukan investasi.

